

Estado da publicação: O preprint foi publicado em outro meio.

DOI do preprint publicado: <https://doi.org/10.1590/1982-2553202569421>

## Estado da arte de valor-notícia (segunda parte)

Lia Seixas, Larissa Molina, Emerson Nunes

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.11387>

Submetido em: 2025-03-02

Postado em: 2025-03-28 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

## Estado da arte de valor-notícia (segunda parte) State of art of news value (part two)

Lia Seixas<sup>1</sup>  
Larissa Molina<sup>2</sup>  
Emerson Nunes<sup>3</sup>

**Resumo:** Este artigo é o segundo de uma série de trabalhos sobre o estado da arte dos estudos de valor-notícia no Brasil e no mundo. Neste texto, sequência de anterior<sup>4</sup>, chegamos aos autores e artigos mais relevantes para ‘news values’, ‘news factors’ e ‘newsworthiness’ nas bases Scopus, Web of Science e Scielo nos últimos 10 anos<sup>5</sup>. Relacionamos as proposições e noções dos autores mais seguidos no Brasil com 10 dos primeiros autores fundamentais nas revistas estrangeiras. Analisamos quatro conceitos: valor-notícia, fator-notícia, critério de noticiabilidade e noticiabilidade nas literaturas brasileira e estrangeira. Ao final, compreende-se que valor-notícia consiste em ‘doxa jornalística’ (Schultz, 2007) para as características dos eventos, ou seja, faz parte do saber que circula nas práticas jornalísticas. Já noticiabilidade tem formação na sociedade, resultado de saber coletivo, mas com influência de interesses individuais. Defendemos, ainda, a estabilização do conceito de fator notícia nas escolas de graduação em jornalismo.

**Palavras-Chave:** valor-notícia 1. fator-notícia 2. Noticiabilidade 3.

**Abstract:** This article is the second in a series of papers on the state of the art of news value studies in Brazil and around the world. In this text, a sequel to the previous one, we identify the most relevant authors and articles for 'news values', 'news factors' and 'newsworthiness' in the Scopus, Web of Science and Scielo databases over the last 10 years. We compared the propositions and notions of the most followed authors in Brazil with 10 of the first key authors in foreign journals. We analyzed four concepts: news value, news factor, newsworthiness criteria and newsworthiness in Brazilian and foreign literature. In the end, it is understood that news value consists of 'journalistic doxa' (Schultz, 2007) for the characteristics of events, i.e. it is part of the knowledge that circulates in journalistic practices. On the other hand, newsworthiness is formed in society, the result of collective but influenced by individual interests. We also advocate stabilizing the concept of the news factor in undergraduate journalism schools.

**Keywords:** news values 1. news factors 2. newsworthiness 3.

---

<sup>1</sup> Professor de jornalismo do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA) <https://orcid.org/0000-0002-4459-6729>

<sup>2</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA) <https://orcid.org/0000-0003-1879-0840>

<sup>3</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA) <https://orcid.org/0000-0002-2001-4536>

<sup>4</sup> O artigo, apresentado no encontro nacional da Sociedade Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo (SBPJor) em 2023, disponível em OSFPreprints: [https://osf.io/preprints/osf/ptm5x\\_v1?view\\_only=](https://osf.io/preprints/osf/ptm5x_v1?view_only=)

<sup>5</sup> Gostaríamos de fazer um agradecimento especial a Cristiane Schwinden pelo auxílio com o *scraping* e tratamento de dados pelo Orange Data Mining.

## 1. Introdução

Hoje em dia, com nova ‘arquitetura comunicacional midiática’ (Fausto Neto, 2012), a aceleração do tempo (Rosa, 1993), o acompanhamento das métricas de acesso em editorias dedicadas à audiência, a plataformização (Peol; Neibrog; van Dijck, 2020), a mediatização da sociedade (Couldry, Hepp, 2017), a academia brasileira se pergunta se faz sentido a noção de valor-notícia. Para quê estudar valor-notícia? A academia brasileira discute o quanto a seleção de notícia passou a ser feita pelo público ou se sempre foi feita também pelo público.

Como vimos na primeira fase do estado da arte, a análise de notícias é, em geral, realizada a partir de uma lista escolhida de valores-notícia. Neste primeiro momento, trabalhamos com cinco das principais revistas estrangeiras e cinco revistas científicas brasileiras do extrato A na avaliação Qualis da Capes<sup>6</sup>. Lemos, detidamente, todos os 89 trabalhos. Destes, 16 dissertações e teses, 28 artigos de autores brasileiros e 43 artigos autores não-brasileiros. Das 16 teses e dissertações defendidas entre 2016 e 2021 no Brasil, apenas 31,25% (cinco) têm revisão de literatura substantiva, ou seja, trazem, pelo menos, o artigo seminal (Galtung; Ruge, 1965), Gans (1979) ou Golding e Elliott (1979), Shoemaker e Reese (1996). Os três autores dos estudos de valor-notícia da história acadêmica brasileira: Mauro Wolf ([1985]1997); Gislene Silva (2005) e Nelson Traquina (2005). A metodologia mais utilizada para análise valor-notícia é análise de conteúdo.

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 mídias, 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; Santana, 2018), ou melhor, o fazer jornalístico implica selecionar e hierarquizar. Sabe-se que entender as características de um evento se mostra bem mais factível do que cercar as ideologias reinantes (Shoemaker; Reese, 1996), o contexto cultural, as condições de produção das organizações, os fatores relativos à concorrência (Wolf, 1985 1997) ou a instância ético-epistemológica (Silva, 2005). Esta

---

<sup>6</sup> Este primeiro momento foi no meio do ano de 2023, quando analisamos a partir de cinco revistas estrangeiras (Journalism, British Journalism Review, Journalism and Mass Communication Quarterly, Journalism Practice, Journalism Studies, Columbia Journalism Review) e brasileiras 2023 (Matrizes, Galáxia, BJR, RBCC, Observatório) de extrato A na avaliação Qualis e a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) para dissertações e teses brasileiras.

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, da cultura de uma sociedade, das linhas de dada noticiabilidade. 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, a diferenciação com critério de noticiabilidade e noticiabilidade 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, considerados 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 nenhum dos principais autores de atualidade.

Afinal, o que se afirma hoje sobre fator-notícia, valor-notícia, critério de noticiabilidade e noticiabilidade? O que compreende quanto à criação e manutenção de valores-notícia dentro das práticas jornalísticas? O que se diz sobre essa noção fora das práticas jornalísticas, ou seja, na sociedade? Essas são as questões pelas quais se orienta esse artigo. No primeiro item, explicamos nossa metodologia de busca para chegar aos autores fundamentais dos estudos de valor-notícia no ocidente. Depois, trazemos os resultados desta busca. Assim, destrinchamos proposições quanto aos estudos de valor-notícia no Brasil. Em seguida, analisamos, a partir das revistas estrangeiras, as conceituações para valor-notícia, fator-notícia, critério de noticiabilidade e noticiabilidade em circulação para os autores mais relevantes. Ao final, pretendemos clarear um pouco os conceitos, expor limitações e vantagens, oferecendo pistas para os estudos de valor-notícia.

## **2. Metodologia**

A metodologia deste artigo é uma complementação da pesquisa anterior. Se em um primeiro momento, analisamos a partir de revistas científicas, brasileiras e estrangeiras, neste

momento trabalhamos com palavras-chave e as bases de dados Scopus, Web of Science e Scielo<sup>7</sup>. Na Scielo, pesquisamos, de 2013 a 2023, em ciências sociais, 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, comunicação, período de 2013 a 2023) por ‘news values’, depois ‘news factors’ (descoberta com a primeira análise<sup>8</sup>), depois newsworthiness em títulos, resumos ou palavras-chave. 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 Connected Papers<sup>9</sup>. 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 para a busca de determinado trecho, porém a questão deve ser bem específica e detalhada para algum resultado produtivo e confiável.

### 3. 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.

---

<sup>7</sup> Este segundo momento, como foco em 3 bases de dados (web of Science, Scopus e Scielo) ocorre em fevereiro e março de 2024.

<sup>8</sup> A primeira análise permitiu observar que um termo muito utilizado é *news factors*, ao invés de *news values* ou valor-notícia, como no Brasil.

<sup>9</sup> O *Connected Papers* tem uma base de cerca de 50mil artigos. “Nossa métrica de similaridade é baseada nos conceitos de Co-citação 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” (About, [connectedpapers.com](https://connectedpapers.com)). Pode-se pesquisar a quantidade de citações, não só no artigo, mas em todo o sistema, de um autor de trabalho anterior citado no artigo.

Quadro 4 – Menções na Scielo

Termos (2013 a 2023)	Scielo
<i>valor notícia</i>	3
<i>Noticiabilidade</i>	7

Vale dizer que na comparação com o resultado da pesquisa anterior, feita por 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 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.

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

Quadro 5 – Menções de termos na Scopus e Web of Science

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

O termo *news factors* é cerca de 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.

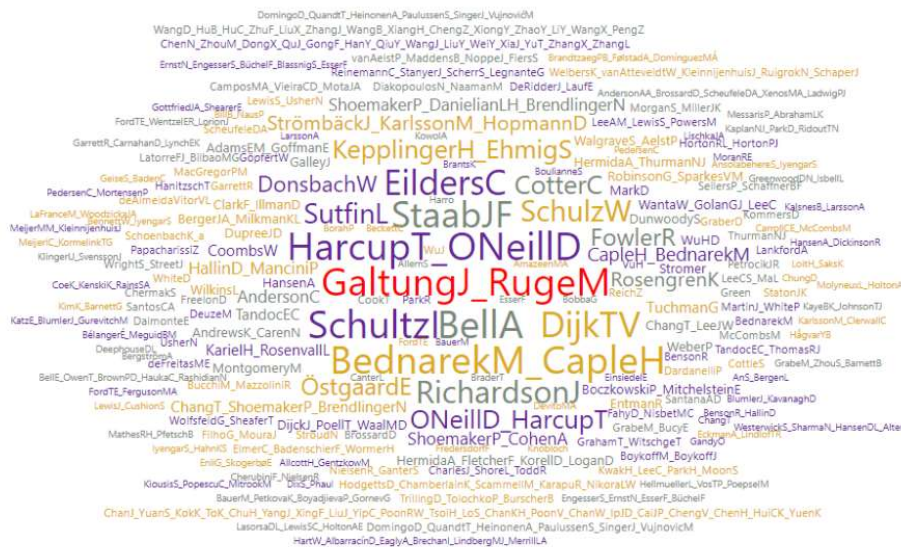
Quadro 6 – Artigos similares

Palavras-chave	Scopus e Web o Science
<i>news values</i>	24
<b><i>news factors</i></b>	<b>35</b>
<i>Newsworthines</i>	23

Imagina-se que um dos motivos é o SEO do Google<sup>10</sup>. Procura-se colocar *news values* no título, resumo ou palavras-chave para serem mais facilmente encontrados nas buscas. No entanto, os artigos mais profundamente detidos nos estudos de *news values* trabalham mais 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 de 2013 a 2023. Cada um dos 82 artigos foi lançado no Conected Papers, que oferece a busca dos 10 trabalhos mais citados no artigo e no sistema de busca que tem uma base de 50mil. No Connected Papers, 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: Galtung e Ruge (1965), Ostgaard (1965), Staab (1990), Bell (1991), Richardson

<sup>10</sup> 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, SEMrush ou ferramentas acadêmicas específicas como Publish e Perish.

(2004), Kepplinger e Ehmigs (2004), Eilders (2006, 1997<sup>11</sup>), Schulz (1982), Harcup e O’Neill (2001), Schultz (2007), Weber (2014), Bednarek e Caple (2017). Gostaríamos de destacar que Shoemaker et all (1991) 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).

FIGURA 2 – Quantidade de citações para autores prévios dos artigos mais relevantes

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
Sufin 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 sele	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 ne	9
Donsbach W - Psychology of News Decisions	8
Strömback 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 Newsworthine	5
Shoemaker P,Cohen A - News Around the World: Content, Practitioners, and the Public	5

FONTE: Elaboração própria com o software Orange Data Mining

Na primeira pesquisa foram lidos 42,85% dos 82 artigos similares da segunda pesquisa. 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.

## 5. Estado da arte de valor-notícia no Brasil

As conclusões sobre os estudos brasileiros se realizaram na primeira fase e se confirmaram na segunda fase, notadamente a 3, a 4 e a 5 a seguir: 1) analisa-se atributos ou

<sup>11</sup> Os autores não alemães citam o artigo de 2006. Acredita-se que o livro de 1997 foi publicado apenas em alemão.

valores substantivos (Gans, 1979), como o faz Wolf (1995), um dos três autores mais citados; 2) as teses e dissertações escolhem um único autor base, além de não se justificar com rigor teórico a escolha; 3) os fatores extrínsecos<sup>12</sup> aos acontecimentos não são analisados, como por exemplo, os fatores culturais da comunidade de sentido (Gadamer, 2002) jornalística; 4) as noções de valor-notícia e critério de noticiabilidade continuam opacas; 5) inexistente uma discussão das diferenças entre valor-notícia e noticiabilidade, pois apenas uma voz solitária (Silva, 2014) tem explicado noticiabilidade, a partir do trabalho de Pamela Shoemaker e Akiba Cohen (2006).

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. Além de identificarmos os autores preferidos – Nelson Traquina, Gislene Silva e Mauro Wolf -, 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 (1997) e Silva (1997). Apenas uma dissertação explica a escolha do quadro de Gislene Silva por sua abrangência e uma tese não trabalha com nenhum autor especificamente, coteja as propostas dos autores.

Traquina (2005) é adotado nos cursos de graduação no Brasil. Traquina (2005) faz uma separação clara entre critérios de seleção e critérios de 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 uma afirmação sobre a relevância 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. Os critérios da ordem do discurso são comumente trabalhados na análise de enquadramento.

Talvez existam três motivos para se adotar Silva (2005): 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; Ruge, 1965), Shoemaker e Reese (1996) e três brasileiros (Erbolato, Chaparro e Lage); e 3) sua proposta de tabela de valores-notícia (os

---

<sup>12</sup> A análise entre intrínsecos e extrínsecos foi feita pela autora principal para artigo anterior. Disponível em <https://njourufba.com.br/systematization-of-extrinsic-and-intrinsic-factors>.

inerentes) é abrangente (ver quadro 2). A autora sugere uma divisão em macro e micro valores, mas os pesquisadores trabalham apenas com os micro-valores. Os macro 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 macro-valor se aproxima da ideia de princípio ou valor jornalístico. Assim, concordamos com ‘atualidade’. Entretanto, coletividade não é elemento fundamental da atividade jornalística, nem imprevisibilidade. As práticas jornalísticas não buscam apenas eventos imprevistos.

A abrangência fica clara quando a professora elenca, por exemplo, governo e justiça. Porém, consideramos que se aproximem mais de temas, domínios de freqüente cobertura (como fazem os setoristas) ou editoriais. “Conhecimento/cultura” envolve ‘descobertas, invenções, pesquisas, progresso, atividade e valores culturais e religião’. Seriam valores? Qualquer evento no tema religião? Por outro lado, quando o valor-notícia ‘impacto’ reúne pessoas envolvidas e pessoas afetadas condensaria dois atributos em um guarda-chuva.

Quadro 2- Os critérios substantivos segundo os três autores mais citados no Brasil

Wolf ([1985 2001) Substantivos	Traquina (2005) Substantivos de seleção	Silva (2005) Micro-valores
	Morte	
Relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de determinada situação		
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 (“[...] aquilo que irrompe ou que surpreende a expectativa da comunidade jornalística” p. 84)	Surpresa (inesperado)
		Governo (interesse nacional, decisões e medidas, inaugurações, eleições vagas, pronunciamentos)

		Polêmica (controvérsia, escândalo)
	Infração (“[...] violação, transgressão de regras. [...]” p. 85)	Justiça (julgamentos, denúncias apreensões, decisões judiciais, crimes)
		Entretenimento/curiosidade
		Conhecimento/cultura
	Novidade	
	Tempo (“[...] valor na forma de atualidade. [...]” p. 81)	
	Notabilidade (“qualidade de ser visível, de ser tangível. [...]” p. 82)	

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. Deve-se dizer que, tanto Traquina quanto Silva, incluem Wolf nas suas bases. A divisão do autor em quatro “pressupostos implícitos” (substantivos, relativos ao público, ao produto e à concorrência) também separa intrínsecos de extrínsecos, como Traquina. Entretanto, os estudos de valor-notícia não têm realizado análise no âmbito do produto, nem do público.

Recentemente, o mestre Ermerson Nunes defendeu que a “audiência minuto a minuto” atua como valor-notícia de seleção e de construção (Traquina, 2018) em todo o processo noticioso, influenciando decisões editoriais antes, durante e após a exibição dos telejornais. 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. “[...] 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, 2024, p. 45). 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, ainda que estejam destacados no artigo seminal (Galtung; Ruge, 1965), não têm sido considerados nos estudos de valor-notícia. Em pesquisa recente no interior da Bahia, confirmamos o poder da elite como fator-notícia ao invés de valor-notícia.

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”. No interior da Bahia, poder de

elite é critério de noticiabilidade extrínseco com força para se tornar intrínseco a um evento, até mesmo aqueles que não têm qualquer outro valor notícia. A pessoa da elite é o “quem?” da pirâmide invertida clássica da notícia. No contexto político e cultural do interior da Bahia isso pode ser o único fator de noticiabilidade. As práticas e os temas jornalísticos, assim como os atores representados, estão definidos pela cultura política local. [...] (Durazo-Hermann; Seixas, 2024).

É possível ver que o termo utilizado acima é ‘critério de noticiabilidade’<sup>13</sup>, como frequentemente no Brasil. A pesquisa atual nos mostra que este termo não existe nos trabalhos estrangeiros. 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, 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, está falando da prática jornalística, do campo jornalístico. Os critérios de noticiabilidade seriam os fatores, divididos pela autora em conjuntos: “na origem dos fatos”, os chamados substantivos pelos outros autores; “no tratamento dos fatos”, o que Traquina chama de valores de construção e “na visão dos fatos”, o âmbito dos fundamentos éticos.

FIGURA 3 – Quadro divisão por critérios de noticiabilidade

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

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

FONTE: (Seixas, 2018, p. 358)

<sup>13</sup> O artigo foi escrito no final de 2022, por isso o termo. Ficou um ano parado submetido a uma revista. Em 2024, foi retirado.

Neste artigo, Silva deixa claro que valor-notícia seriam os intrínsecos, que batiza de atributos e o critério de noticiabilidade seria todo fator que torna um evento noticiável. No próximo item, veremos que os estrangeiros entendem esta diferenciação, porém trabalham com os critérios de noticiabilidade sem separá-los e os denominam de fatores-notícia, como o artigo seminal de Galtung e Ruge (1965).

Silva concorda com Wolf 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).

[...] Logo a noção de noticiabilidade não se ajusta automaticamente à ideia de proeminência na mídia. [...] A noticiabilidade deve ser interpretada, assim, como a medida pela qual as informações sobre um evento tocam as várias partes que compõem a realidade social de uma pessoa; [...] (Silva, 2014, p. 75).

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.

## **5. Estado da arte de valor-notícia fora do Brasil**

Na literatura estrangeira, o termo ‘news values’ aparece 561 vezes em título, resumo ou palavra-chave dos 50 mais relevantes da base Scopus e 360 vezes em título, resumo ou palavra-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 dezena e centena, 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 seminal, 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)<sup>14</sup>.

No entanto, o 11º artigo mais relevante dos relevantes, de Kepplinger e Ehmig (2004), 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 Ehmig, 2004)<sup>15</sup>.

O que os autores estão defendendo é, através da análise das matérias, 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 haveriam 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 Ehmig, 2004)<sup>16</sup>. Esta não é, no entanto, uma concepção abrangente.

O uso do termo 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

<sup>14</sup> Tradução livre de: "We find ourselves agreeing with Hartley that, in contrast to some of the more mechanistic analyses of newspaper content, we should be constantly aware that identifying news factors or news values may tell us more about how stories are covered than why they were chosen in the first place (Hartley 1982: 79)." (Harcup, O'Neill, 1991, p. 18).

<sup>15</sup> Tradução livre de: "The characteristics of news stories to be selected are called news factors. News factors are by definition qualities of news stories. Such qualities might be the degree of damage reported, the status of people involved, the geographical distance between the event and the place where the recipients of the news stories live[...]" (Kepplinger e Ehmig, 2004", p.27).

<sup>16</sup> Tradução livre de: News values of news factors indicate their contribution to the increase of the newsworthiness of a news story. Some news factors might be more relevant for some media outlets than for others" (Kepplinger e Ehmig, 2004", p.27).

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 noruegueses<sup>17</sup>.

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 são apresentados 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, p. 156, tradução nossa).

Staab (1991), 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, 1991, 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-notícia<sup>18</sup> como características do acontecimento ou das notícias. [...]” (Eilders, 2006, p. 6)<sup>19</sup>.

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).

---

<sup>17</sup> Os jornais foram anonimizados para manter o foco no conteúdo. Recorremos ao ChatGPT para algumas questões específicas.

<sup>18</sup> News factors é o termo utilizado pelos autores estrangeiros. Vamos adotar aqui a tradução simples, fator-notícia.

<sup>19</sup> Tradução livre de: “Addressing the theoretical perspective, this article deals with the vivid debate on the status of news factors as either event or news characteristics. Another emphasis is placed on the expansion of news value research from journalistic selection to the selection by the audience. [...]” (Eilders, 2006, p.6).

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, 1991; Shoemaker e 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 interesse pessoais (Eilders, 2006; Shoemaker e 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-notícias: 1) que tipo de saber constituem os valores-notícia; 2) em quantas e quais dimensões estão os valores-notícia, pois fazem parte de todo o processo produtivo (concepção consensualmente aceitas, 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). Vale notar que Eilders, como alguns autores, trazem ‘critérios de seleção’. Entretanto, critérios de noticiabilidade praticamente não aparece nos principais artigos, pois são fatores-notícia.

No artigo seminal 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 radiofônica<sup>20</sup> e de busca de acontecimentos. [...] (Galtung; Ruge, 1999[1965], p. 64) (grifo nosso). Essa concepção nos leva diretamente ao conceito de noticiabilidade, desenvolvido por Pamela Shoemaker desde a década de 80 (Shoemaker, 1984; Shoemaker, 1987). Em meados de 90 (Shoemaker, Danielian, & Brendlinger, 1991; Shoemaker e Reese, 1996) aponta 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 e 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 1997<sup>21</sup>, 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).

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 (2007), o 4º artigo mais citado depois apenas do seminal, dos autores que revisitaram o seminal (Harcup; O’Neill,

---

<sup>20</sup> Vale ressaltar que o artigo de John Galtung e Marie Ruge teve foco na cobertura estrangeira de rádio e TV.

<sup>21</sup> Acredita-se que o livro de Eilders (1997), pouco citado nos artigos estrangeiros, só está disponível em alemão.

2001) e do livro de Allan Bell, 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)<sup>22</sup>. Com base na teoria de *habitus* de Bourdieu (1996, 1997), a pesquisadora distingue três ‘formas’ de valores-notícias: ‘doxic news values’, 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, 1997), 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 e Caple, 2017, p. 50).

Hoje, uma das divisões que mais convencem os autores estrangeiros é a proposta destas autoras (Bednarek e Caple, 2016):

FIGURA 4 – Tabela de dimensões de valores-notícia

---

<sup>22</sup> “Os valores-notícia podem ser identificados por vários meios, como a análise de livros didáticos que ensinam habilidades jornalísticas ou por dedução do que realmente aparece na mídia. Eles se aproximam dos critérios - muitas vezes inconscientes - pelos quais os profissionais da notícia fazem seus julgamentos profissionais ao processar as histórias (Bell, 1991, p. 155)”. Tradução do autor.

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

FONTE: (Bednarek e Caple, 2017, p.42)

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 e 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 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, 1997, p. 10-11, tradução nossa).

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, como exemplo, nos ajudar a compreender a influência de um fator-notícia. O valor da novidade, elemento fundamental da atualidade jornalística, é reconhecidamente atributo de eventos e pertencente, ao mesmo tempo, à dinâmica do campo da moda, objeto de cobertura do jornalismo de moda. Enquanto jornalismo especializado (Tavares, 2011), o jornalismo de moda possui dinâmicas e características próprias da moda (Flores, 2018). 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, esse componente de novidade também deseja antecipar o que vai ser considerado atual em um momento 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).

Por isso, um evento típico e freqüente do funcionamento do campo da moda como a São Paulo Fashion Week (SPFW), contém, em si, o potencial de novidades, desde vestuário, ao comportamento, cultura e estilo de vida. Além da novidade, existem outros fatores-notícia (da 'doxa jornalística') inerentes um evento como este: magnitude, audiovisual nas coberturas jornalísticas de eventos de moda, como a São Paulo Fashion Week (SPFW), sua, poder de elite, entretenimento, celebridade, *shareability* (Harcup e O'Neill, 2016) e apelo estético (Bednarek & Caple, 2018). Esses fatores-notícia existem em potência, são possíveis de serem previstos antes mesmo do início da São Paulo Fashion Week (SPFW). Portanto, pode-se dizer que alguns tipos de ocorrências tenham o talento como noticiáveis, independente do que venha ocorrer dentro desta grande ocorrência.

## 7. Conclusões

Este artigo trouxe o estado da arte de valor-notícia dentro e fora do Brasil. Na literatura brasileira, não há rigor teórico para a escolha do autor ou autores fundamentais, ao passo que se busca a lista mais abrangente de valores substantivos. Os fatores-notícia extrínsecos aos acontecimentos não são analisados, como os fatores culturais da comunidade de sentido jornalística. No Brasil, a separação entre valor-notícia e critério de noticiabilidade, firmada por Gislene Silva, não pauta as pesquisas. No Brasil, a despeito das tentativas de discussão quanto ao conceito de noticiabilidade (Silva, 2014), acredita-se que noticiabilidade é formada na cultura jornalística.

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 e sobre as noções de valor-notícia, fator-notícia, critério de noticiabilidade e noticiabilidade. Estuda-se os fatores-notícia, sem separação. Valor-notícia consiste em ‘doxa jornalística’ (Schultz, 2007), saber compartilhado dentro da prática jornalística que determina ações. A nova ‘arquitetura comunicacional midiática’ (Fausto Neto, 2012), em que produção e circulação podem se realizar em tempo real, não modifica o fato de que existe saber jornalístico nas culturas jornalísticas. Noticiabilidade é resultado de saber coletivo (Eilders, 2006) e sofre influência dos interesses individuais (Harcup; O’Neill, 2001; Eilders, 2006), que estão fora do escopo do valor-notícia. O atributo é atribuído socioculturalmente.

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 tablóides e gratuitos. Não encontramos nenhum estudo de referência que tenha se dedicado a examinar as diferenças culturais dos saberes compartilhados de pequenas cidades. No Brasil, além disso, a grande parte da pesquisa tem sido fundamentada em três autores, dos quais nenhum existe para autores estrangeiros.

## Referências

BELL, Alan. *The Language Of News Media*. Oxford: Blackwell, 1991.

BEDNAREK, Monika; CAPLE, Helen. *The discourse of news values. Now news organizations create newsworthiness*. Londres: Oxford University, 2017.

CAPLE, H.; BEDNAREK, M. *Delving into the discourse: approaches to news values in journalism studies and beyond*. Oxford: Reuters Institut for the study of journalism, 2013

CAPLE; BEDNAREK. *Rethinking news values: What a discursive approach can tell us about the construction of news discourse and news photography*, 2016.

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

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, H J. *Deciding What's News*. London: Constable, 1980.

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

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

HARCUP; O'NEILL. *What Is News? Galtung and Ruge revisited (again)*. *Journalism Studies*, março, 2016.  
Henriques, Rafael Paes. *Realismo, perspectivismo e a questão da objetividade jornalística*. **Princípios**, v. 26, p. 335-355, 2019.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. *Plataformização (Platformisation, 2019 – tradução: Rafael Grohmann)*. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos* 22(1):2-10 janeiro/abril 2020. Unisinos – DOI: 10.4013/fem.2020.221.01.

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*, no 1, 1965

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.

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

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, JF. *The role of news factors in news selection: A theoretical reconsideration*. *European Journal of Communication*, v. 5, n.4, 1991.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística / uma comunidade Interpretativa internacional*. Vol II, Florianópolis: Insular, 2005. WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

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

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa, Editorial Presença, 1987.

### **Contribuição de autoria**

Lia Seixas: Conceptualization; Data curation Formal analysis Investigation Methodology  
Writing – original draft Writing – review & editing

Larissa Molina: Conceptualization; Writing – original draft Writing – review & editing

Emerson Nunes: Conceptualization; Writing – original draft Writing – review & editing

## DECLARAÇÃO DE CONFLITO DE INTERESSES

Eu, Lia da Fonseca Seixas, autor responsável pela submissão do manuscrito intitulado Estado da arte de valor-notícia (segunda parte) e todos os coautores que aqui se apresentam, declaramos que:

( ) POSSUÍMOS (x ) NÃO POSSUÍMOS

Conflito de Interesses de ordem,

( x ) pessoal;

( x ) comercial;

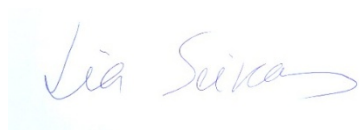
( x ) acadêmico;

( x ) político;

( x ) financeiro do manuscrito.

Declaramos também, que todas as informações que poderiam levar a um conflito de interesses, já foram requeridas e manifestadas durante o processo de submissão do manuscrito supracitado.

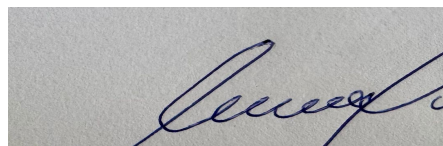
Autores:



Lia da Fonseca Seixas



Larissa Molina Alves



Emerson Silva Nunes

Salvador, 02/03/2025

## Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.