



Valores-notícia e Critérios de Noticiabilidade: Uma Proposta de Separação Prática dos Termos¹

Liliane do Nascimento Santos FEITOZA²

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

Resumo

Este artigo propõe uma sistematização original em torno dos conceitos de valor-notícia e critérios de noticiabilidade, que permite individualizá-los de maneira mais concreta e replicável. A pesquisa parte de conhecimentos prévios oriundos da literatura jornalística, com destaque para as reflexões realizadas por Golding e Elliott (1965), Gans (1979) e Wolf (2009) sobre os conceitos em questão, mas avança ocupando uma lacuna deixada por estes notáveis autores; indicar de maneira prática uma individualização dos valores-notícia diante dos demais critérios de noticiabilidade. Metodologicamente, o trabalho realiza uma análise bibliográfica seguida de uma reflexão teórica, que culmina na separação dos conceitos a partir da relação estabelecida entre eles e a relevância, representada, numa dimensão classificatória.

Palavras-chave: teorias do jornalismo; valor-notícia; critério de noticiabilidade; relevância.

Os Valores-notícia ao longo do tempo

Mesmo que uma determinada empresa de mídia pudesse contratar tantos jornalistas quanto achasse necessário e dispusesse de um espaço ilimitado para a divulgação dos seus conteúdos, ainda assim ela não produziria notícias sobre tudo o que

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

² Mestranda do curso de comunicação da Universidade Federal de Sergipe, pesquisadora com bolsa concedida pela Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe – FAPITEC/SE, em parceria com a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, orientada pelo Dr. Josenildo Luiz Guerra. email: lilianebic@gmail.com.



acontece. Os recortes realizados pelas empresas jornalísticas não dizem respeito apenas a limitações de profissionais e de espaço, são, antes disso, fruto de uma cultura institucional que a muito definiu que alguns acontecimentos devem ser destacados em detrimento de outros.

Há, portanto, um conjunto de características que confere a um acontecimento o *status* de noticiável, ou seja, digno de passar pelo processo de produção que irá transformá-lo em um produto jornalístico, seja ele uma nota, uma notícia ou uma reportagem, entre outros. As características que conferem essa classificação são chamadas de valores-notícia e sua internalização, juntamente com outras demandas cotidianas da prática, ajudam a compor o olhar do profissional sobre o mundo.

Esta noção rasa e inicial de valor-notícia já deixa claro o quanto o conceito se relaciona com o jornalista e com o jornalismo. É um engano pensar, entretanto, que os primeiros valores-notícia foram criados em contato com estas duas definições, uma vez a definição de critérios para o que é noticiável é anterior à profissionalização de jornalistas e a legitimação da instituição jornalística.

Conforme Fidalgo (2006, p. 102), a legitimação do profissional do jornalismo ocorre juntamente com a industrialização da imprensa, na segunda metade do século XIX, enquanto a legitimação social e jurídica da instituição jornalismo, influenciada pela existência de um jornalista só se concretiza, de fato, entre as duas guerras mundiais, no século XX. Estas duas conquistas, estão séculos a frente da divulgação da primeira relação de fatos potencialmente noticiáveis, por Tobias Peucer no final do século XVII.

O trabalho de Peucer, escrito em 1690 e apontado como a primeira pesquisa acadêmica sobre jornalismo, conforme é apresentado por Kunczik (1997), já procurava esclarecer que os produtores de informação devem escolher aquilo que merece ser lembrado e conhecido, sinalizando não só que não há espaço para tudo, mas também que nem tudo que acontece deve ser oferecido ao público. Para Peucer merecem destaque os

[...] prodígios estranhos, monstruosidades, obras ou produtos maravilhosos ou excepcionais da natureza e da arte, inundações ou tempestades terríveis, terremotos, aparições no céu, novos inventos ou descobrimentos, nos quais este século tem sido especialmente rico. Em segundo lugar, os diversos tipos de Estado, mudanças de governo, esforços de guerra e de paz, causas e intenções de guerra, batalhas, derrotas, planos dos comandantes militares, novas leis, sentenças pronunciadas, servidores públicos, dignitários, nascimento e falecimento de príncipes, herdeiros de tronos, nomeações e cerimônias



oficiais similares, quer recentemente introduzidas, quer mudadas ou abolidas, falecimento de homens célebres, o fim dos ímpios e outros assuntos. Finalmente, a Igreja e os assuntos religiosos como origem desta ou de outra religião, seus fundadores, seu progresso, suas novas seitas, seus dogmas estabelecidos, seus rituais, suas divisões religiosas, suas perseguições, seus sínodos, suas decisões, os escritos importantes dos eruditos, as disputas científicas, novas obras dos letrados, empresas, acidentes e mortes e mil assuntos relacionados com a natureza, a cidadania, a Igreja ou a história religiosa. (Peucer apud KUNCZIK, 1997, p. 241-242)

Depois de Peucer muitos outros autores dedicaram-se a constituição de enredos, bem como ao desenvolvimento do termo valor-notícia, somando valiosas considerações e em alguns casos acrescentando perspectivas teóricas. Ainda assim é interessante observar como este texto, escrito em 1690, lista questões não muito diferentes do que hoje compreendemos como notícia.

Na tentativa de melhor compreender os valores-notícia e de lidar com eles de maneira mais específica, este artigo se debruça com uma intenção individualizadora sobre este conceito e sobre o de critérios de noticiabilidade. De início, já é possível esclarecer que os valores-notícia são uma parte mais específica dos critérios, de modo que compartilham dos seus objetivos gerais, mas possuem outros específicos.

Perspectivas teóricas

A facilidade de encontrar enredos não corresponde a uma fácil apreciação de conceitos de valores-notícia. Em grande parte das produções, na verdade, é possível encontrar uma tendência tecnicista, tendo como foco a observação da ação jornalística e a sua disposição em listas de valores, no lugar da sistematização teórica do processo e dos termos (SANTOS, 2014).

Fraser Bond, ao tratar dos valores-notícia, chega a explicitar um posicionamento adotado por muitos autores dedicados a este nicho de pesquisa; uma exaustiva preocupação com a observação do cotidiano jornalístico, desconsiderando uma teorização em torno dos valores.

Desprezando a teoria e baseando, firmemente, nossa seleção no procedimento diário de diretores de jornais representativos de todo o país, podemos mencionar, no mínimo, uma dúzia de regras e princípios que regem a seleção das notícias e respondem a pergunta: “Que é notícia?” (BOND, 1962, p. 97)



O prejuízo de construir a seleção exclusivamente a partir dos procedimentos já institucionalizados, como afirma Bond no trecho acima, é consolidar um conjunto de práticas pouco refletidas ou mesmo vícios adquiridos cotidianamente; apresentando um antigo modo de produzir jornalismo como a única rotina possível. Quando construídas desta forma, listagens de como selecionar a notícia, na verdade indicam como a notícia normalmente é selecionada, dispensando pouco esforço para entender os motivos iniciais desta seleção ou o que ela representa.

Entre alguns autores que dedicaram maior espaço nas suas obras para a reflexão sobre aspectos teóricos dos valores-notícia estão Golding e Elliott (1979), Hebert Gans (1979), Mauro Wolf (2009), Pamela Shoemaker (1991), Manuel Chaparro (1994) e Nelson Traquina (2005). Dos quais, por limitação de espaço, serão destacados os três primeiros.

Segundo Golding e Elliott (1979), os valores-notícia funcionam não só selecionando elementos dignos de serem incluídos no produto final, mas também como linhas-guia para a apresentação do produto. Ou seja, eles continuam atuando após a seleção, à medida que auxiliam o jornalista a hierarquizar, no conjunto de informação selecionadas, as que são mais ou menos relevantes.

Os valores-notícia são qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, cuja presença ou cuja ausência os recomenda para serem incluídos num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exibe essas qualidades, maiores são as suas possibilidades de ser incluído [no processo de produção]. (GOLDING E ELLIOTT, 1979, p. 114)

E continuam

Os valores-notícia são, portanto, regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operacionais redactoriais. Não é verdade que estejam para além da compreensão dos jornalistas que não seriam capazes de os articular. Na realidade, os valores-notícia estão continuamente presentes nas interações quotidianas dos jornalistas na sua cooperação profissional. (GOLDING E ELLIOTT, 1979, p. 114)

Gans (1979) acrescenta que os valores-notícia não são classificações abstratas, mas critérios precisos, que podem ser aplicados com facilidade e rapidez, de forma que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão pelos jornalistas, quase que de maneira instintiva e automática. Ele ainda soma considerações sobre outras características gerais dos valores-notícia.

Por outro lado, os critérios devem ser flexíveis para poderem adaptar-se à infinita variedade de acontecimentos disponíveis; além disso, devem ser relacionáveis e comparáveis, dado que a oportunidade de uma notícia depende sempre das outras notícias igualmente disponíveis. [...] Finalmente, mas não menos importante, os critérios são orientados para a eficiência, de forma a garantirem o necessário reabastecimento de notícias adequadas com o mínimo dispêndio de tempo, esforço e dinheiro. [Tradução própria] GANS, 1979, p. 82.

O italiano Mauro Wolf (2009), por sua vez, eleva os estudos da noticiabilidade a um complexo nível de sistematização. Em *Teorias da Comunicação*, obra lançada em 1985, ele não só categoriza os valores-notícia, indicando que eles podem agir em diversos segmentos e momentos do processo produtivo, mas também é cuidadoso ao definir em separado valores-notícia e critérios de noticiabilidade, mesmo que a aplicação destes conceitos se confunda algumas vezes durante o texto.

Os critérios de noticiabilidade são definidos pelo autor como um “conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que selecionar as notícias” (Wolf, 2009, p.195). Já em sua definição de valor-notícia, ele faz questão de frisar a participação deste critérios depois do momento de seleção. “Os valores/notícia são critérios de relevância espalhados ao longo de todo o processo de produção; isto é, não estão presentes apenas na seleção das notícias, participam também nas operações posteriores, embora com um relevo diferente” (WOLF, 2009, p.196).

Em Golding e Elliott (1979) a definição normativa e a função indicada para os valores-notícia estão atreladas ao fato noticioso e ao seu tratamento. Gans (1979), além desta função, atribui ao valor uma função administrativa, preocupada com o "mínimo dispêndio de tempo, esforço e dinheiro" (GANS, 1979, p. 82). As conceituações de Wolf (2009), enriquecidas pelos saberes anteriores, consideram que o fazer notícia é influenciado por critérios relativos ao conteúdo, bem como pela necessidade de gerenciar o fazer, mas propõem uma separação para eles, a medida que utiliza não apenas o conceito de valor-notícia, mas também o de critérios de noticiabilidade.

Para o italiano, os critérios de noticiabilidade são mais amplos que os valores-notícia, uma vez que estão preocupados com o gerenciamento de todo o processo, enquanto os valores-notícia se voltam para uma busca mais direcionada para a relevância. Ainda assim, os valores-notícias são divididos a partir de características relativas ao conteúdo, à disponibilidade de material, ao público e à concorrência; categorias que por um lado solidificam a percepção de que os valores atuam de maneira



continuada, mas que por outro extrapolam o conceito, interferindo na gerência da quantidade e do tipo de acontecimento e assim sobrepondo-se aos critérios de noticiabilidade.

Na verdade, mesmo esclarecendo a separação conceitual, Wolf lista valores que parecem dar conta de todo o processo de produção, indo além da relevância colocada por ele no centro da definição. As suas listagens, por exemplo, exemplificam apenas os grupos de valores-notícia, sem citar os critérios de noticiabilidade. A noção de valor-notícia utilizada neste trabalho considera a separação entre valores-notícia e critérios de noticiabilidade, mas busca refletir mais intensamente sobre ela e torná-la mais prática, como será feito a seguir.

Valores-notícia e critérios de noticiabilidade

A proposta de separação prática entre os valores-notícia e os critérios de noticiabilidade partiu da exploração dos conceitos de Wolf (2009) e do questionamento de como cada elemento de noticiabilidade (critérios ou valores) se relaciona com a relevância. Uma vez que, para Wolf, apenas os valores-notícia se destinam a identificá-la e ressaltá-la, estando os critérios de noticiabilidade mais relacionados a exequibilidade das tarefas jornalísticas, administrando a quantidade e o tipo de acontecimentos.

O aprofundamento do termo relevância, encontra subsídio na obra de Sperber e Wilson (2001). No livro *Relevância: comunicação e cognição*, os autores fundaram a Teoria da Relevância, que explica o funcionamento dos processos cognitivos e a possibilidade de interações comunicativas através de uma tendência da cognição humana, adquirida através da evolução biológica, de dirigir-se para a maximização da relevância. Em outras palavras, ao longo do tempo, as pressões evolutivas que moldaram desenvolvimento das espécies, condicionaram a cognição humana a uma busca por relevância, como um recurso necessário para a sobrevivência.

Em sua definição mais básica; a classificatória, uma vez que os autores trazem ainda dimensões comparativas e quantitativas; a relevância é determinada em torno dos efeitos positivos que é capaz de gerar. "Uma suposição é relevante para um indivíduo em um dado momento se e somente se ela tem efeito cognitivo positivo em um ou mais contextos acessíveis a ele nesse momento" (WILSON e SPERBER, 2005 p. 187). Sendo o efeito cognitivo positivo uma diferença vantajosa na representação de mundo do



sujeito, que faz com que uma informação nova possa ser considerada importante ou interessante.

Consideraremos, portanto, que ao buscar relevância, os jornalistas tentarão gerar efeitos cognitivos positivos em um público, chamando a atenção para fatos considerados importantes e/ou interessantes. Dessa forma, a natureza do valor-notícia se dedica a justificar o que é ou não noticiável a partir da importância e do interesse, estabelecendo com estes indicadores uma relação direta, diferente do que se espera encontrar em relação ao demais critérios de noticiabilidade, que não buscam importância ou interesse, mas a garantia da exequibilidade, como já foi dito.

A inspiração para tornar mais prática e replicável a separação conceitual proposta por Wolf e enriquecida pela Teoria da Relevância, foi retirada de exercícios reflexivos desenvolvidos por Golding e Elliott (1979). Durante a listagem dos seus valores, os autores perceberam a proximidade como valor capaz de tornar um fato significativo, pois o que é próximo à cultura do público ou a ele irá interessá-lo mais e, por isso, terá mais espaço no noticiário. Neste sentido a relevância foi apresentada como oposição, já que uma grande relevância é capaz de impor a presença de um acontecimento em um noticiário, mesmo que ele não possua proximidade geográfica ou cultural.

Para exemplificar esta situação é possível pensar em acontecimentos como a Primavera Árabe, iniciada no fim de 2010, ou o Tsunami do Oceano Índico ocorrido em 2004, por exemplo. Nos dois casos, a permanência dos acontecimentos durante semanas nos noticiários brasileiros se deve minimamente a proximidade trazida pela presença de brasileiros nos locais ou pela influência cultural, mas à importância manifesta através de valores como a quantidade de pessoas atingidas, a raridade de tais acontecimentos ou mesmo o impacto a ser gerado para o futuro. A importância atuou, nestes casos, não só de maneira oposta à proximidade, mas também como grandeza capaz de superá-la, já que as informações locais foram preteridas durante a composição destas edições.

A proposta de separação aqui desenvolvida consiste, justamente em observar como cada um dos elementos apontados se relacionam com a relevância, representada pela importância e pelo interesse que é capaz de despertar em um receptor modelo (ECO, 1986). O critério frequência, por exemplo, indica que tendem a estar nos noticiários os acontecimentos cuja duração se assemelhe a periodicidade dos veículos, mas é possível afirmar, por observação, que fatos considerados muito importantes



podem fazer com que um acontecimento de uma frequência pouco compatível seja noticiado, mesmo que dividido em várias edições ou exigindo uma edição especial.

A clareza de um fato e o equilíbrio temático de uma edição, critérios consideráveis para o jornalismo, também podem ser subordinados à importância e ao interesse seguindo o mesmo raciocínio. Fatos complexos, ambíguos ou cuja clareza ainda não tenha sido estabelecida não são os acontecimentos que mais se adequam a pontualidade da informação jornalística, mas são inevitavelmente transformados em notícia caso os critérios que definem o interesse e, principalmente, importância estejam latentes.

O caso do equilíbrio temático é ainda mais óbvio. De acordo com este valor, a seleção do conjunto de notícias que compõem uma edição deve priorizar a diversidade, esta intenção, todavia, é facilmente deixada de lado em algumas ocasiões. Durante os protestos que movimentaram o Brasil em 2013 ou no incêndio que matou mais de 200 jovens na boate Kiss em Santa Maria/RS, por exemplo, muitos noticiários foram produzidos totalmente ou quase totalmente em torno destes acontecimentos, sem muita preocupação com o balanceamento da edição.

Além de que nenhum destes elementos citados – frequência, clareza e equilíbrio temático – agregam relevância ao julgamento que o jornalista faz do receptor, sendo, na verdade necessidades da rotina de produção e do profissional que atua nesta rotina. Na verdade, estes critérios passam despercebidos ao público que desconhece os processos executados pelo jornalista. Ter uma frequência compatível e ser claro não são argumentos suficientes para que uma notícia seja levada a primeira página de um jornal impresso, por exemplo.

Se o mesmo exercício é utilizado para pensar no valor amplitude/quantidade de pessoas envolvidas, por sua vez, a relação que se estabelece é diferente, pois a importância não é capaz de superar a quantidade de pessoas, mas aumenta na mesma direção. Quanto mais pessoas estiverem envolvidas em um acidente, um desastre natural ou em uma manifestação, mais importância jornalística será atribuída a ela, tanto pelo jornalista, quanto pelo julgamento que este faz dos interesses do público.

A proeminência se relaciona com a importância e o interesse de maneira semelhante à observada na amplitude. Quanto mais proeminente é uma pessoa ou uma nação, mais importantes ou interessantes serão os acontecimentos relacionados a elas. A morte de um homem comum não se torna notícia se suas circunstâncias também forem comuns, mas a morte de um homem proeminente, mesmo que por causas naturais



encontra espaço nos telejornais e tanto mais espaço quanto mais notoriedade o homem tenha possuído.

Concebendo que os valores-notícia “constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia?” (WOLF, 2009, p. 195), enquanto os critérios de noticiabilidade são um “conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que selecionar as notícias” (WOLF, 2009, p. 195), é possível estabelecer uma separação entre os elementos que interferem na produção da notícia.

Os valores-notícia seriam, dessa forma, aqueles diretamente relacionados ao interesse e à importância, construídos buscando aplicar relevância à produção da notícia, enquanto os critérios de noticiabilidade seriam responsáveis não só pela busca por relevância, mas também por gerir ou administrar todo o processo produtivo. Isto posto, a noticiabilidade, aferida pelos critérios de noticiabilidade, será o resultante da ação dos valores-notícia, atrelados a relevância dos acontecimentos, e de outros valores, que denominaremos momentaneamente de valores de construção, referentes à exequibilidade do processo de produção da notícia.

Enquanto a importância e o interesse são o centro dos valores-notícia, os valores de construção estariam menos preocupados com estes elementos do que com as necessidades práticas do jornalismo, relacionadas à disponibilidade de material, à técnica de produção e à concorrência, por exemplo.

A partir desta distinção serão tomados como valores-notícia, apenas os atributos que estabeleçam com o a importância e o interesse uma relação diretamente proporcional, isto é, quanto mais intenso for o atributo, maior será a importância ou o interesse considerados. Enquanto os valores de construção, por sua vez, serão tomados como os elementos necessários para a produção das notícias, mas que não estabelecem uma relação de proporcionalidade com a importância e o interesse, a exemplo da frequência, do equilíbrio e da clareza da informação.

Ainda que a proximidade tenha inspirado o procedimento que estabeleceu a separação entre os valores-notícia e os demais critérios de noticiabilidade, é importante frisar que ela se localiza entre os valores-notícia e não entre os de construção. Por mais que um fato não se torne mais importante quanto mais próximo, ele se torna mais capaz de atrair a atenção, ou seja, ele se torna mais interessante para a audiência, quanto mais próximo estiver da sua realidade.



Deve-se destacar, por fim, que os valores-notícia são considerados parte integrante dos critérios de noticiabilidade, de forma que também fazem parte da gerência da prática jornalística. Compreende-se, todavia, que estes critérios não são compostos apenas por tais valores. Estando os valores-notícia dentro dos critérios de noticiabilidade, é possível afirmar, com base em um exercício simplório de lógica, que todos os valores-notícia são parte da administração da seleção jornalística, ao passo que nem todo critério de noticiabilidade, compartilha do objetivo dos valores-notícia, de selecionar e hierarquizar a relevância.

Durante o texto "Para pensar critérios de noticiabilidade", Gislene Silva (2005) chama atenção para a existência de outros elementos, além dos valores-notícia na constituição da noticiabilidade.

Apesar de agirem em diferentes momentos, na seleção primária, para a triagem, e na seleção hierárquica, como linhas guia para o tratamento das matérias, os valores-notícia devem ser definidos como as qualidades dos eventos e não “da sua construção jornalística”. Eles participam ativamente da construção noticiosa, mas a produção da notícia e sua qualidade são resultado de muitos outros critérios ou fatores de noticiabilidade (SILVA, 2005, p. 99)

Este trabalho, ao separar os valores-notícia dos critérios de noticiabilidade está, na verdade, individualizando uma parte integrante dos critérios a partir da separação das demais. Este estudo tem tratado especificamente dos valores-notícia, sem esquecer as relações que se estabelecem e a necessidade de aprofundar, em um trabalho futuro, o conhecimento dos valores de construção que compõem os critérios de noticiabilidade e ajudam a responder por que e como um acontecimento se transforma em notícia.

Relações iniciais

Depois de individualizar os valores-notícia em relação aos critérios de noticiabilidade e sugerir a categoria dos valores de construção cabe desenvolver, mesmo que de maneira superficial, algumas relações entre estas categorias e o processo de produção da notícia. Mesmo primárias, essas colocações apontam caminhos para problematizar e aprofundar a sistematização proposta.

Durante a produção de conteúdos jornalísticos tanto os valores-notícia quanto os valores de construção atuam de maneira direta, ainda que distintas. Os valores-notícia têm ação positiva e definidora em relação à noticiabilidade, ou seja, é através dos



critérios de relevância que se pode justificar a transformação de um fato em notícia, sem importância e interesse a notícia não possui razão de existência.

Para que um fato seja considerado noticiável é imprescindível que desperte interesse a um leitor modelo e é através desse interesse que a noticiabilidade se define. “Só é notícia o relato que projeta interesse, desperta interesse ou responde a interesses” (CHAPARRO, 1994, p. 119). Além desse interesse, entretanto, a noticiabilidade está exposta a demandas práticas, a capacidade real de tornar um fato potencialmente noticiável em uma notícia.

Os valores de construção, por sua vez, possuem ação reguladora diante de tais necessidades, uma vez que nem tudo que é importante ou interessante obrigatoriamente estará acessível aos jornalistas, além de que cada fato potencialmente gerador de interesse concorre com outros fatos do mesmo nível. Neste sentido, os valores de construção regulam os esforços necessários para alcançar notícias importantes e/ou interessantes, balanceando a relação de custo-benefício que se desenrola na construção da notícia.

A ação reguladora atua em todas as notícias, de maneira correspondente à função que tanto Gans (1979), quanto Wolf (2009) atribuíram aos valores-notícia relativos ao produto, extrapolando, como já foi dito, a função específica dos valores-notícia. Ainda assim os autores são precisos ao definir tal categoria em torno na disponibilidade de materiais e às características que os produtores desejam imprimir ao produto jornalístico.

Gans faz uma importante contribuição para pensar a ação destes critérios. Segundo o autor, mesmo que atuem em todas as notícias, eles desempenham uma ação mais determinante sobre os fatos cuja relevância é menor. “Quanto menos importante é a notícia, mais eles entram em jogo na sua avaliação. Para além disso, permitem optar entre notícias de destaque semelhante” (GANS, 1979, p. 157)

Sendo assim a ação dos elementos que chamamos de valores de construção se subordina, em caso de alta relevância, aos valores-notícia. Com tal afirmação não pretendemos indicar que os valores-notícia são uma instância superior aos valores de construção, mas que os primeiros tratam da condição de existência da notícia e os segundos da exequibilidade. De forma que a ação comum do jornalista na execução do seu trabalho não deve priorizar a redução dos esforços possibilitados pelos critérios de construção e sim o aumento dos benefícios relativos a importância e ao interesse atrelados aos valores-notícia.



Pensando neste trabalho como um exercício inicial vinculado aos valores-notícia e ao modo como são aplicados e concebidos, é preciso reconhecer a necessidade de aprofundar as discussões iniciadas e aplicar as proposições a partir de análises que busquem testar a efetividade da separação entre os valores-notícia e os valores de construção. Apenas discussões, questionamentos e aplicações são capazes de fortalecer sistematizações iniciais como a este trabalho propôs realizar.

Referências bibliográficas

BOND, F. Fraser. **Introdução ao Jornalismo**. Livraria Editora Agir: Rio de Janeiro, 1962.

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

ECO, Umberto. **Lector in fabula**: a cooperação interpretativa nos textos narrativos. São Paulo: Perspectiva, 1986.

GANS, Hebert. **Deciding what's news**. New York: Pantheon Books, 1979.

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

FIDALGO, Joaquim. **O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas**. 2006. 652 f. Tese (Doutorado) - Universidade do Minho, Instituto de Ciências Sociais, Braga. Disponível em: http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6011/3/JFIDALGO_2006_Tese_Doutoramento.pdf. Acesso em: 09 de fevereiro de 2014.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: norte e sul; tradução Rafael Varela Jr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997. (241-248)

SPERBER, Dan; WILSON, Deirdre. **Relevância**: comunicação e cognição. Lisboa, Portugal: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001. 397 p.

SANTOS, Liliane do Nascimento. **Os valores-notícia na literatura jornalística**: conceitos, elencos e operacionalização. 2014. 59 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2014.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade** – estudos em jornalismo e mídia In.: Programa de Pós-graduação em Jornalismo e Mídia da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: UFSC, 2005.

WILSON, Deirdre; SPERBER, Dan. Teoria da relevância. **Linguagem em (Dis) curso**, v. 5, p. 221-268, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 10ª edição. Editorial Presença: Lisboa, 2009.