



A rua e a redação: uma discussão sobre os valores-notícia a partir da prática diária do jornalismo

Fábio Alves Silveira¹.

Universidade Estadual de Londrina (UEL)

Resumo: O presente artigo é parte da discussão teórica da tese de doutoramento intitulada “Os limites do Jornalismo: a última batalha do Jornal de Londrina”, defendida junto ao programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp), em março de 2020. Ele discute a os valores-notícia, enquanto um dos principais instrumentos operacionais utilizados pelo jornalismo ao longo do tempo e a partir dessa discussão pensa o posicionamento desses valores dentro do processo. Para tanto, se propõe aqui a separação entre os valores “da rua”, refletindo as tarefas das equipes de reportagem e de pauteiros e produtores e os valores “da redação”, designando aqui os profissionais que dão o tratamento final ao material jornalístico, preparando-o para a veiculação.

Palavras-chave: Valor-notícia; Critérios de noticiabilidade; Seleção de notícias; Jornalismo; Imprensa.

1. Valores perenes

A discussão sobre os atributos que tornam um fato passível de ser noticiado é fundamental porque uma das características que permanecem inalteradas no jornalismo ao longo dos séculos é o fato de a matéria prima que dá origem às notícias ser ilimitada, qualquer que seja a tecnologia usada para a veiculação. Já os recursos das instituições jornalísticas para dar conta desse emaranhado de fatos, não. E por recursos, tratamos

¹ Professor assistente no Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (Unesp). Repórter da Rede Paranaense de Comunicação (RPC), afiliada da Rede Globo no Paraná. E-mail: fapoars@hotmail.com

aqui desde a quantidade de equipes e de profissionais disponíveis para a produção do noticiário, até o espaço que esse noticiário tem para ser veiculado, passando pelo tempo em que ele deve ser produzido para chegar ao público dentro do horário previsto.

Tobias Peucer, o autor da primeira tese acadêmica sobre o jornalismo, apresentada à Universidade de Leipzig, na Alemanha, em 1690, já tinha feito essa constatação (PEUCER, 2000, p.20). O descompasso entre fatos infinitos e estruturas limitadas torna necessária a adoção de rotinas, práticas e métodos de trabalho que deem conta do emaranhado de eventos e acontecimentos que podem, ao final do processo, chegar às casas dos leitores na forma de impressos ou sites, rádio e telejornais, no momento em que este abre o jornal ou liga o seu aparelho em busca de informações. Entendemos os valores-notícia como o principal instrumento operacional para a tomada de decisões editoriais ágeis, adotado cotidianamente nas redações.

2. Uma separação necessária

Na literatura sobre o jornalismo, frequentemente os termos critérios de noticiabilidade e valores-notícia são tratados como sinônimos. Seleção de notícias é outra expressão que também aparece em vários textos, entendida como equivalente aos dois anteriores. Gislene Silva encaminha a sua reflexão no sentido de separar os três termos e tratá-los como categorias diferentes. Ela propõe uma sistematização pensando os critérios de noticiabilidade como um conceito mais amplo, encampando todo o processo de produção das notícias, incluindo interferências internas e externas às organizações jornalísticas. Para tanto, esses critérios são pensados em três instâncias: na origem, no tratamento e na visão sobre dos fatos. Nesse sentido, os critérios de noticiabilidade estão presentes em todas as fases, da apuração à veiculação das notícias. Por outras palavras, podemos dizer que valores-notícia e seleção de notícias são componentes dos critérios de noticiabilidade.

Na origem do processo se encontram os valores-notícia, que tratam das características do fato em si. Nessa instância opera também a seleção primária das informações, mas isso não significa que esses dois conceitos fiquem por aqui. Eles entram na segunda instância, que é o tratamento dos fatos. Aqui esses conceitos são usados para definir a

hierarquização das notícias e estão presentes influências como as rotinas de produção, a própria hierarquia existente dentro da redação e outros fatores importantes, como o formato do produto jornalístico, as tecnologias, as plataformas de veiculação – se impresso, televisão, rádio ou internet – e fatores relacionados às rotinas produtivas, como o prazo para o fechamento da edição, o relacionamento com as fontes e as pressões internas e externas ao veículo. Por fim, são colocados aqui nesse processo também os critérios de noticiabilidade no que diz respeito à visão sobre os fatos, o que inclui a cultura profissional, os fundamentos éticos, filosóficos e teóricos do jornalismo, entre outros, o que passa também pela ideia de objetividade e de imparcialidade, o conceito de verdade e o interesse público, entre outros marcos da atividade jornalística (IN: SILVA, DA SILVA E FERNANDES, 2014, p. 51-53).

Enfim, os critérios de noticiabilidade são vistos pela autora como todo fator que pode agir sobre o processo de produção de notícias. Na instância da origem dos fatos se encontram os valores-notícia, que estão relacionados diretamente aos atributos inerentes ao fato em si. Aqui se pensa se há novidade, se o fato é de interesse público, se ele impacta sobre a vida dos leitores, se há algo no fato que quebre a normalidade. No primeiro contato com os fatos, esses atributos são usados para embasar a tomada de decisões sobre o que merece e o que não merece ser noticiado. Esse instrumento operacional garante decisões rápidas dentro do processo de seleção de notícias – sem os quais seria impossível fechar e entregar edições de jornais e noticiários ao público. Pode-se dizer que aqui são tomadas as primeiras decisões. É o momento em que repórteres, pauteiros ou produtores, editores e a chefia da redação definem o que merece ser apurado e o que já está descartado. Importante afirmar que embora repórteres e pauteiros tenham o primeiro contato com essas informações, essa decisão é tomada levando em conta a hierarquia da redação.

Passando para a segunda instância, entramos na esfera do tratamento dos fatos. Nesse momento, os fatos já passaram pelo primeiro crivo da equipe e já passaram pela apuração feita por repórteres e pauteiros. Aqui eles vão passar pelo processo de edição, o que define o destaque que será dado a eles, quais aspectos serão realçados (imagens, trechos de entrevistas a serem usados e outros elementos que ajudem a informar os fatos escolhidos), quais serão omitidos – inclusive por questão de espaço. Os valores-notícia

e a seleção das notícias continuam operando nessa instância. Silva (Ibid, p. 53) cita alguns fatores que agem nessa fase, como o formato do produto, a qualidade do material produzido, o prazo de fechamento, a infraestrutura da organização noticiosa, a tecnologia usada. Entram em cena nessa fase também fatores externos à organização, como a relação com as fontes e com o público, a hierarquia, as rotinas de produção, entre outros.

Na terceira instância aparecem os componentes mais amplos que cercam as organizações e a atividade jornalística. Nesse espaço lidamos, como dito anteriormente, com toda a cultura profissional, os fundamentos éticos e filosóficos do jornalismo, entre outros elementos já citados. O que vale ressaltar aqui é que também nessa instância operam os valores-notícia e a seleção de notícias, assim como as influências organizacionais, as rotinas e as hierarquias também operam no processo de seleção primária das notícias. A observação sobre o cotidiano das redações demonstra que no dia a dia, as decisões editoriais que são tomadas levam em conta todos os fatores que cabem na categoria de critérios de noticiabilidade, que engloba, de forma ampla, todas as influências que levam às definições sobre o noticiário, sem que, no calor do fechamento, seja feita a separação aqui apresentada.

Os critérios de noticiabilidade, reforça Silva, são características da dimensão cultural de uma sociedade (Ibid, p. 129). As notícias refletem noções do senso comum do sistema hegemônico. Para o autor, mesmo se apresentando de forma operacional, neutra e objetiva, os valores-notícia, como esfera dos critérios de noticiabilidade, são elementos simbólicos que refletem os valores hegemônicos de uma sociedade.

3. Valores-notícia, senso comum e paradoxo

A ideia de valor-notícia aparece na tese defendida por Peucer e já citada anteriormente. O autor cita basicamente três categorias. A primeira: “os prodígios, as monstruosidades, as obras ou os feitos maravilhosos e insólitos da natureza ou da arte, as inundações ou as tempestades horrendas, os terremotos, os fenômenos descobertos ou detecta-

dos ultimamente” (PEUCER, 2000, p.20). A segunda categoria de fatos citadas pelo autor são

“as diferentes formas dos impérios, as mudanças, os movimentos, os afazeres da guerra e da paz, as causas das guerras, os planos, as batalhas, as derrotas, as estratégias, as novas leis, os julgamentos, os cargos políticos, os dignatários, os nascimentos e mortes dos príncipes, as sucessões em um reino, as inaugurações e cerimônias públicas que parecem se instituir novamente ou que parecem mudar ou que são abolidas, o óbito de varões ilustres, o fim de pessoas ímpias, e outras coisas” (Ibid, p. 20-21).

E por fim,

“os temas eclesiásticos e literários: como a origem desta ou daquela religião, seus autores, seus progressos, as novas seitas, os preceitos doutrinários, os ritos, os cismas, a perseguição que sofrem, os sínodos celebrados por motivos religiosos, os decretos, os escritos mais notáveis dos sábios e doutos, as disputas literárias, as obras novas dos homens eruditos, as instituições, as desgraças, as mortes e centenas de coisas mais que façam referência à história natural, à história da sociedade, da Igreja ou da literatura” (Ibid, p. 21).

Por outras palavras, os valores-notícia defendidos pelo autor se resume às categorias de quebra da normalidade (ou desvio), significância social e a soma de quebra da normalidade e significância social. Pode-se dizer que essas três categorias estão entre as mais perenes dos valores-notícia, sendo usadas até hoje. Interessante notar que já no século XVII, Peucer fala sobre a importância dos jornais não noticiarem fatos de pouca relevância e também da vida privada.

Essa preocupação antecipa o debate acadêmico sobre os valores-notícia feito a partir do século XX. Shoemaker e Reese (2014, p. 171, 172) sustentam que as notícias são julgadas com base em valores-notícia que fornecem indicadores de notoriedade e constituem uma abordagem dos assuntos orientada para o público. Ao pensar nas notícias e usar os critérios para a sua escolha, os jornalistas estão pensando naquilo que o público poderia considerar atraente e importante.

Mauro Wolf diz que os valores-notícia “representam uma resposta à seguinte pergunta: quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, relevantes para serem transformados em notícias?” (WOLF, 2005, p. 202). Embora sejam apresentados em forma de “lista”, os valores-notícia são usados em “maços”

e de forma complementar. O uso deles é feito em todas as fases da produção de notícias, da seleção primária, à apresentação do produto. Esses valores são regras práticas que compreendem o corpus do conhecimento profissional, que explicam e guiam os procedimentos adotados no trabalho da redação.

4. Desvio e significância social

Entre os diversos valores-notícia apresentados pelos pesquisadores, existem pelo menos dois conceitos que são duradouros. Pode-se dizer que, ao lado de atualidade, os conceitos de desvio e significância social são os mais importantes para o jornalismo. Marcos Paulo da Silva divide o conceito de desvio em três instâncias teóricas: o desvio estatístico, que enquadra eventos que não são comuns, ou que chamam atenção por se tratar de realizações ou acidentes acima ou abaixo da média; o desvio normativo trata da violação ou elaboração de leis e regras; e por fim, o desvio de mudança social, que são os elementos que podem romper com a estabilidade de um sistema social (IN: SILVA, DA SILVA E FERNANDES, 2014, p. 115). Ele recorre a Shoemaker para justificar o interesse humano por notícias desviantes com a “capacidade instintiva de focar atenção em eventos capazes de mudar/romper determinada ordem consolidada” (Ibid, p. 119). Nesse caso, a vigilância aos aspectos desviantes é considerada um traço natural das pessoas. Já a significância social é subdividida em quatro subdimensões: política, econômica, cultural e pública. Shoemaker (IN: SILVA, DA SILVA E FERNANDES, 2014, p. 16) fornece uma descrição sobre as categorias de significância social. A significância política trata ações legislativas, por exemplo. A econômica, de lucros das corporações ou mesmo prejuízos. A cultural trata, por exemplo, de um teatro local em decadência. No texto, a autora cita o bem-estar social como a quarta categoria, enquanto Silva usa o termo significância pública.

O autor afirma que o desvio por si só não sustenta as notícias e o interesse da sociedade por elas. Para que isso aconteça, a prática jornalística se liga a uma dinâmica que “culmina em uma nova dimensão teórica”, a complexidade, posta em debate por Shoemaker e os autores que trabalham com ela. Essa dimensão trata da combinação entre fatores de desvio e significância social numa notícia. Por outras palavras, Silva afirma

que aqui encontram-se “qualidades duradouras” dos valores-notícia, como o de desvio, com variáveis conjunturais, ancoradas em questões socioculturais, que aparecem no processo de construção das notícias. “O jornalismo e a questão da noticiabilidade inse-rem-se, assim, em um quadro teórico mais complexo e passam a ser compreendidos como produtos de influência de diferentes variáveis e níveis de análise” (Ibid, p. 118).

Silva afirma que tanto a categoria de desvio quanto a de significância social perderam historicamente entre os valores-notícia que permitem a operacionalização do processo de produção jornalística. Essas duas categorias, reforça o autor, podem dar conta de explicar quase todas as notícias veiculadas por órgãos de imprensa ao longo do tempo – além, é claro, de guiar o trabalho cotidiano nas redações. Por mais que essas categorias tenham características operacionais e pragmáticas, viabilizando as decisões tomadas dentro das redações, Silva lembra que esses critérios são carregados de padrões culturais. Ou seja: as categorias de desvio e de significância social, ao dizerem o que foge da normalidade ou o que é relevante, estão dizendo o que é a normalidade e o que é importante para a sociedade.

É nesse sentido que Silva pensa as notícias dentro do território do senso comum, considerado aqui como um “espaço privilegiado de apreensão da realidade” e que é “concretizado pela regularidade” (SILVA, 2013, p. 127). O senso comum é o espaço ocupado pelo que é consensual dentro da sociedade. Ele tece o cotidiano, ao qual o jornalismo se remete, e se caracteriza pela regularidade. A ideia de significância social, trabalhada pelo autor, é transpassada pelo senso comum, no sentido de que é aqui que se dão os consensos, o que mostra que para além da operacionalidade e o caráter pragmático dos valores-notícia, eles contém valores que são hegemônicos dentro da sociedade. Citando Stuart Hall, Silva afirma que uma interpretação dos valores-notícia para além da funcionalidade operacional do jornalismo, tem sentido somente quando a sua base está em um conhecimento consensual do mundo (Ibid, p. 160).

É nesse sentido que Shoemaker e Vos, apontam que ao noticiar os eventos desviantes, a imprensa colabora para a manutenção dos valores hegemônicos:

“Da mesma forma que eventos desviantes representam ameaças ao status quo, os veículos de comunicação podem funcionar como agentes do controle social quando dão notoriedade a esses eventos. Dar notoriedade ao desvio é

um ato que pode pôr em ação um mecanismo de correção que pune ou elimina as ações desviantes”. (SHOEMAKER E VOS, 2011, p. 70).

Para Mauro Wolf, os fatores que determinam a noticiabilidade dos acontecimentos são um instrumento que permite a realização cotidiana da cobertura informativa, pela identificação rápida e fácil dos fatos que podem ser transformados em notícia. Mas por outro lado dificultam o aprofundamento e a compreensão de muitos aspectos significativos dos fatos que são noticiados. Por isso, ele considera a noticiabilidade um elemento de distorção involuntária dos fatos (WOLF, 2005, p. 199). Também no sentido de que o jornalismo, a partir da estrutura dos valores-notícia, não discute em profundidade os problemas da sociedade, Nelson Traquina cita como exemplo a notabilidade, enquanto critério para a identificação de notícias. Segundo o autor, esse valor demonstra que o jornalismo está mais voltado para acontecimentos, que seriam os sintomas, do que para as problemáticas, que seriam as causas (TRAQUINA, 2008, p. 82).

Por fim, o que se quer dizer aqui é que os valores-notícia, embora tenham caráter operacional e pragmático, por estarem ancorados no senso comum, dizem o que é e o que não é a normalidade. Por outras palavras, eles refletem a hegemonia de uma sociedade. Categorias como desvio e significância social são perenes, como demonstramos até aqui. Mas outras são mutáveis porque, sendo os valores-notícia a expressão de uma cultura, eles mudam conforme a sociedade vai mudando. Passamos agora ao debate sobre os valores-notícia em sua característica meramente operacional.

As pesquisas sobre os valores-notícia feitas a partir da segunda metade do século XX identificaram dezenas de critérios para avaliar os fatos passíveis de serem noticiados pela imprensa. Alguns se dividem em categorias maiores, que tentam identificar inclusive em que momento da produção jornalística eles podem ser usados. Para chegar à classificação que propomos neste artigo, trabalhamos com cinco autores: Gisele Silva (IN: SILVA, DA SILVA E FERNANDES, 2014); Marcos Paulo da Silva (IN: SILVA, DA SILVA E FERNANDES, 2014); Pamela Shoemaker (SHOEMAKER E REESE, 2011); Mauro Wolf (2005); e Nelson Traquina (2008). Esses autores foram escolhidos porque a reflexão deles sobre os valores-notícia é facilmente aplicável à prática cotidiana.

5. Operacionalizando o trabalho cotidiano

Com base nos autores citados, propomos uma lista operacional de valores-notícia, passíveis de serem aplicados no trabalho cotidiano das redações. Além dos textos desses autores, essa lista procura respeitar os quatro fundamentos do jornalismo apontados por Otto Groth, que são a periodicidade, a universalidade, a atualidade e a publicidade (GROTH, 2011). Recepcionamos aqui as categorias de desvio e significância social, defendidas pelos teóricos que estudaram essa questão ao longo do tempo – e que consideramos fundamentais para a compreensão e a prática cotidiana do jornalismo. Também consideramos as esferas em que esses valores atuam, inseridos dentro das rotinas e das características organizacionais das empresas jornalísticas e que são decorrentes também da sua linha editorial – quando falamos em linha editorial tentamos responder à pergunta: com quem o produto está conversando? A linha editorial também define valores-notícia que têm mais força. Diante de um mesmo fato, dois telejornais podem ressaltar aspectos diferentes. Um escândalo político-sexual, por exemplo, pode ter maior ênfase na parte política ou na parte sexual².

A lista de valores-notícia que apresentamos, tenta levar em conta também a tensão rua/redação, existente em todos os órgãos de imprensa, ou seja, o trabalho dos repórteres, sua tensão com a pauta e a edição (pautas que, reclamam os repórteres, parecem inexequíveis, por exemplo). Para tanto, cotejamos a discussão teórica feita até aqui com a vivência de mais de duas décadas do autor no jornalismo diário como repórter em redações de rádio, impresso e televisão. O objetivo não é “criar” novos valores-notícia, mas reagrupa-los dentro de uma lógica que, no nosso entendimento, os torne mais fácil de ser operacionalizados.

² Citamos como exemplo o caso do prefeito de Santa Cecília do Pavão, cidade com pouco mais de 3 mil habitantes, no Norte do Paraná, que usou um carro oficial para ir a um motel em Londrina, levando uma assessora que ocupava um cargo comissionado na sua gestão. E para completar, foi seguido pela esposa, que foi até Londrina flagrar o adultério, também usando um carro da prefeitura. A RPC (Rede Paranaense de Comunicação, afiliada à Rede Globo), por exemplo, ressaltou o uso irregular dos veículos oficiais (<https://g1.globo.com/pr/norte-noroeste/noticia/2019/12/31/prefeito-de-santa-cecilia-do-pavao-e-suspeito-de-usar-carro-oficial-para-levar-servidora-comissionada-para-motel-diz-mp.ghtml>). A RIC (Rede Independência de Comunicação, afiliada à Rede Record), ressaltou a infidelidade conjugal do prefeito em sua cobertura.

Por isso pensamos nos valores-notícia em duas instâncias: a rua, que corresponde e orienta desde a seleção primária e a apuração dos fatos, à coleta de depoimentos, informações e imagens – e que se enquadra no que autores como Nelson Traquina tratam como valores de seleção. Podemos dizer que essa primeira instância guia também o trabalho da pauta, que dependendo da situação, pode ser o primeiro filtro por onde passa a informação³; a segunda instância é a redação, que corresponde ao processo de edição e a tomada de decisão sobre os fatos que serão apurados, nos quais também são levados em conta o formato do produto jornalístico e a variedade de temas necessários para fazer um noticiário diversificado. Não ignoramos também que os valores-notícia que serão apresentados em nossa lista agem em conjunto nos dois processos e que a relação rua/redação, embora tenha alguns conflitos, também é marcada pela harmonia – mesmo nos casos em que ela é imposta pela hierarquia –, sem o que seria impossível produzir jornalismo diariamente. O que se quer dizer aqui é que a vivência dos repórteres na rua dá a eles uma sensibilidade, uma percepção que é mais difícil para quem trabalha dentro da redação. Redação e “rua” trabalham na mesma direção, mas têm pequenas divergências na forma de ver e aplicar os valores-notícia. Divergências que, é importante reforçar, não são irreconciliáveis.

É claro que sobre esses dois conjuntos de valores-notícia está a linha editorial do órgão de imprensa, traduzida em questões organizacionais internas. Também levamos em consideração na elaboração dessa lista fatores como as rotinas de produção, o trabalho do gatekeeper, a estrutura dos veículos de comunicação em termos de recursos humanos, como a quantidade de equipes e a jornada de trabalho, e estruturais, que dizem respeito aos equipamentos e carros à disposição da redação, por exemplo.

6. Os valores-notícia da rua

Elencamos seis grupos de valores-notícia usados ou priorizados pela rua, na apuração e seleção primária dos fatos. O tempo, a relevância, o conflito, a quebra da norma-

³ Consideramos aqui que não existe um formato único para o primeiro contato com as informações. Elas podem chegar tanto pela redação, por meio de telefonemas, releases, acompanhamento de outros veículos, quanto pela rua, com a observação das equipes, diante de fatos inesperados, como por exemplo em casos de acidentes. Estes levam a informação para a redação que dá o aval para a apuração ou não, diante de um sinal positivo do editor responsável pelo produto.

lidade, o interesse humano e a proximidade. Dentro de cada valor aqui apontado listamos os aspectos que consideramos aplicáveis.

Tempo

No valor-notícia tempo colocamos novidade, atualidade e periodicidade. Nessa categoria colocamos todos os aspectos relativos ao tempo, com o objetivo de responder se há algum fato novo. Seja no sentido de oferecer um “gancho” para retomar algum tema já noticiado, seja no sentido de ineditismo, tratando de um fato que ainda não foi noticiado pela imprensa. Cabem aqui o fato contemporâneo para lidar com um fato do passado (como a declaração do deputado e filho do presidente e do ministro da Economia a favor do AI-5) ou uma efeméride, até o resultado de uma reunião, uma decisão da Justiça ou do parlamento.

Relevância

Procuramos enquadrar aqui aspectos que têm impacto na vida da sociedade, como a quantidade de pessoas que podem ser afetadas pelo acontecimento – uma greve nos transportes, por exemplo, afeta muita gente e tem um grande apelo –, a importância dos envolvidos nos fatos e o impacto que aquele fato provoca na vida das pessoas.

Conflito

Aspectos que tratam de interesses em disputa, sejam econômicos, políticos, sociais. Podemos citar como exemplos, uma decisão que pode aumentar gastos públicos; um corte de verbas que pode reduzir serviços públicos; uma decisão governamental que pode opor interesses de moradores de um bairro aos de construtores que pretendem instalar um shopping ou um supermercado no local.

Quebra da normalidade

Fatos que rompem com a rotina, com o esperado. A corrupção, os desvios comportamentais, o descumprimento de leis, escândalos, o inesperado. Fatos que afetam a dimensão simbólica, como a quebra da placa com o nome da vereadora assassinada, o pastor protestante que chuta a imagem da santa católica.

Proximidade

A proximidade pode ser tanto geográfica quanto cultural.

Interesse humano

Histórias de interesse humano, que podem se referir a personagens que superaram dificuldades ou que podem ter sido prejudicadas de alguma forma, ou que foram vítimas de tragédias. Também se enquadram aqui histórias de “celebridades”, artistas e pessoas que ganharam notoriedade. Nesse caso, as pessoas notórias chamam atenção tanto por situações positivas, quanto negativas.

7. Os valores-notícia da redação

Elencamos aqui valores-notícia usados e valorizados no processo de edição, no destaque dado a aspectos da história apurada e reportada a partir da rua. São valores levados em conta da porta para dentro da redação e que, no fim das contas, também interferem nas decisões sobre investir ou não numa apuração ou cobertura. As imagens, as falas, a contextualização do fato. Reforçando que esses valores não contradizem os usados na etapa de seleção e apuração da notícia. Alguns deles denotam uma visão mais ampla do jornal enquanto produto jornalístico. Porém, a decisão sobre investir ou não numa cobertura passa por aqui, assim como a definição da hierarquia nas notícias. Estão em consonância com o que Nelson Traquina chama de valores-notícia de construção.

Disponibilidade

Facilidade de acesso às informações, capacidade estrutural do veículo para cobrir esses fatos em termos de horários, a distância a ser percorrida. Esse critério é colocado dentro da redação porque orienta decisões editoriais tomadas por pauteiros em conjunto com os editores. No caso do telejornalismo, por exemplo, a decisão sobre enviar uma equipe para cobrir um fato ocorrido a 150 quilômetros de distância da sede do veículo, tem que levar em conta outros valores-notícia, que são relevantes na fase de seleção, como relevância e quebra da normalidade, por exemplo. Dependendo da situação, essas informa-

ções são acompanhadas à distância e noticiadas com notas no estúdio, entradas ao vivo de repórteres e imagens cedidas por telespectadores ou instituições. No caso de rádios, jornais impressos e sites, essas coberturas podem ser resolvidas, em grande parte, com telefonemas.

Material

Aqui enquadramos as fotos e vídeos disponíveis (em telejornalismo, por exemplo, a ausência de imagens pode derrubar uma matéria), documentos que podem ser usados para confirmar as informações e se o material é exclusivo ou não – um “furo” de reportagem pode ocupar espaço privilegiado.

Equilíbrio

Tratamos aqui do conjunto do produto jornalístico. Se as notícias disponíveis tratam de temas diversificados, se o dia foi “forte” ou “fraco” em termos de notícias – matérias que precisam ser publicadas naquele dia ou que podem ser deixadas para a “gaveta”. Em dias com mais notícias é possível que matérias com maior peso editorial sejam deixadas de lado, contanto que sejam exclusivas e não se tornem “velhas”.

Clareza

Fatos complexos, difíceis de serem explicados podem ter espaço em jornais impressos e veículos de internet, desde que tenham espaço suficiente para tanto. Já na televisão e no rádio fica mais difícil usar esse tipo de material. A apresentação da notícia deve simplificar o assunto, torna-lo claro para a audiência.

Transposta para tabelas, facilitando a visualização da organização que propomos para os valores-notícia, nossa proposição ganha a seguinte forma:

Tabela 1 - Valores-notícia da rua (ou de seleção)

Tempo
Atualidade
Novidade
Periodicidade

Relevância
Quantidade de pessoas afetadas

Importância das pessoas envolvidas
Impacto na vida das pessoas

Conflito
Social
Político
Econômico

Quebra da normalidade
Corrupção
Desvios legais
Desvios comportamentais
Escândalos
Inesperado

Proximidade
Cultural
Geográfica

Interesse humano
Personagens
Pessoas com notoriedade
Celebridades

Tabela 2 – Valores-notícia da redação

Valores-notícia da redação (ou de construção)
Disponibilidade
Material
Equilíbrio
Clareza

8. Algumas considerações

Ao distinguir valores-notícia mais afinados com a atuação de quem está na rua dos que são mais afinados com o trabalho de edição e fechamento dos jornais, pretendemos aproximar essa discussão do cotidiano das redações. Como dito anteriormente, a separação da “rua” e da redação não reflete uma disputa irreconciliável, mas certa tensão existente entre quem coordena o trabalho e quem o executa. Entre quem está na linha de frente, em contato direto com o público, os acontecimentos e as fontes e quem

espera pelos materiais, para dar uma forma final às reportagens e ao noticiário. Separar os valores-notícia dessa forma contribui para a compreensão prática de quem se dedica às diferentes funções existentes dentro do processo de produção de notícias.

É inegável que embora não percebam isso na mesma perspectiva de quem elabora teoricamente a atividade jornalística, os profissionais que trabalham na redação estão permanentemente atuando sob a lógica dos valores-notícia, que garantem a produção do noticiário de cada dia. Mergulhar no cotidiano da redação com um olhar teórico, mas sem perder de vista a visão de quem executa o trabalho de produzir e embalar o noticiário é uma forma de garantir a aproximação entre a necessária elaboração teórica e a prática e reduzir o distanciamento entre a academia e as redações. No fim das contas, tanto a academia quanto a redação estão interligadas, no sentido de elaboração e execução de um trabalho que tem como objetivo melhorar a qualidade do jornalismo.

Referências

GROTH, O. **O poder cultural desconhecido – Fundamentos da ciência dos jornais**. Tradução de Liriam Sponholz, Petrópolis (RJ), Vozes, 2011.

PEUCER, T. **Os relatos jornalísticos**. Tradução de Paulo da Rocha Dias. Revista Comunicação & Sociedade. Universidade Metodista de São Paulo, n. 33, 2000.

SHOEMAKER, P. J **Prefácio** In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz. (Org.) Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014. Prefácio.

SHOEMAKER, P. J.; REESE, S. D. **Mediating the message in the 21st Century – A media sociology Perspective**. Third edition published. New York, Routledge, 2014

SILVA, M. P. da. **A construção cultural da narrativa noticiosa: noticiabilidade, representação simbólica e regularidade cotidiana**. Tese de doutorado. São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo, 2013.

SILVA, G. **Para pensar critérios de noticiabilidade**. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz. (Org.) Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014. cap. 3.

SILVA, G.; SILVA, M. P. da; FERNANDES, M. L. **Critérios de Noticiabilidade – Problemas, conceituais e aplicações.** Florianópolis, Insular, 2014

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo Volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa sensacional.** 2ª Edição. Florianópolis, Insular, 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** Tradução: Karina Jannini. 2ª Edição. São Paulo, Martins Fontes, 2005.