



Noticiabilidade: critérios consensuais ou afetivos? Os critérios valorativos na seleção das notícias jornalísticas

Noticiability: consensual or
affective criteria? The value
criteria in the selection of
news

Fabio Luiz Witzki

Doutor em Comunicação e Linguagens pelo PPGCOM-UTP, CAPES 5. Coordenador dos Cursos de Comunicação Social Jornalismo e Comunicação Social Publicidade e Propaganda da Universidade Tuiuti do Paraná.

Analuze Danda Coelho Medeiros

Doutoranda em Comunicação e Linguagens pelo PPGCOM-UTP, CAPES 5. Mestre em Comunicação e Linguagens pelo PPGCOM-UTP, CAPES 5. Bacharel em Direito e Jornalismo e docente em Comunicação Social (graduação e pós-graduação). Autora de livros na área..

Carla Moraes Castello Branco

Doutoranda em Comunicação e Linguagens pelo PPGCOM-UTP, CAPES 5. Mestre em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Bacharel em Jornalismo e docente em Comunicação Social.



Resumo

Os critérios de noticiabilidade no jornalismo, comumente aplicados no cotidiano da Comunicação, partem de valores substantivos, contextuais e de construção. Este artigo traz uma reflexão a partir da perspectiva ética e moral, ou seja, da importância atribuída ao “bem comum” na seleção do material a ser divulgado. Os autores abordam o tema a partir da perspectiva da relação jornalismo-sociedade, pautada na noção de fusão (ética) e de junção (moral).

Palavras-chave: Jornalismo; Noticiabilidade; Valores-notícia; Fusão; Junção.

Abstract

The criteria of news in journalism, commonly applied in the daily life of Communication, start from substantive, contextual and construction values. This article brings a reflection from the ethical and moral perspective, that is, the importance attributed to the “common good” in the selection of the material to be disseminated. The authors approach the theme from the perspective of the journalism-society relationship, based on the notion of fusion (ethics) and junction (morality).

Keywords: Journalism; Noticiability; News values; Fusion; Junction.



Introdução

O presente artigo objetiva analisar a possibilidade da utilização de critérios de noticiabilidade no jornalismo não apenas do ponto de vista dos já conhecidos famigerados valores substantivos, contextuais e de construção, mas selecionados a partir de critérios éticos ou morais capazes de conduzir nossa sociedade: somos capazes de atribuir valor aos fatos noticiosos pautados na noção plena de ética ou apenas conseguimos nos deixar guiar pelas pré-estabelecidas regras de condutas moralizantes?

Sabemos que nem todos os fatos que ocorrem são considerados interessantes e significativos para serem transformados em notícia, porém, como os acontecimentos geram noticiabilidade, erigem-se diversos debates.

Considerando que acontecimento é o que acontece e nem tudo que acontece é significativo e gera interesse, os jornalistas precisam utilizar critérios e, sobretudo, nas redações, precisam filtrar ou construir o que será pauta. Sabemos que as sugestões de pautas chegam aos profissionais de várias maneiras: um cidadão descontente com problemas de saneamento básico no bairro, a precariedade no transporte público, as denúncias de ouvintes, telespectadores e internautas, por meio de fontes oficiais como Polícia Militar, Polícia Civil, Corpo de Bombeiros, bem como pelos tradicionais *releases*, enviados de forma estratégica pelas assessorias de comunicação de empresas públicas ou particulares.

Com os assuntos previamente pautados, a primeira seleção leva em consideração o grau de importância do fato a partir da percepção do profissional do jornalismo, seja ele o editor ou o repórter. Alguns acontecimentos “fora da pauta” podem surgir, como exemplo o pedido de demissão do ministro da Justiça Sérgio Moro, novos fatos que acabam merecendo a mobilização da equipe por serem assuntos considerados de impacto. De todo modo, assuntos importantes ou não, os conteúdos podem ser processados para adquirirem *status* de efeito interacional ou revestimento de novidade e atualização, pois, como já postulou Traquina, a noticiabilidade é formada por um conjunto de critérios, denominados **valores-notícia** que “determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável” (TRAQUINA, 2005, p. 63).



Na prática, estes valores-notícia são componentes significativos que, dependendo da maneira como se apresentam, geram interesse da sociedade, ou seja, uma espécie de guia que entrelaçada ao *feeling* jornalístico de cada profissional determina os critérios de noticiabilidade. Vale a pena relembrar os valores-notícia de seleção em termos de critérios substantivos elencados por Traquina (2008, p. 79-88) com base na distinção inicial de Wolf (2003): a “morte”, a “notoriedade”, a “proximidade”, a “relevância”, a “novidade”, o “tempo” (atualidade), a “notabilidade”, o “inesperado”, o “conflito” (ou controvérsia), a “infração” e o “escândalo”. Já os valores-notícia em termos de critérios contextuais somam cinco: a “disponibilidade”, o “equilíbrio”, a “visualidade”, a “concorrência” e o “dia noticioso”.

Finalmente, os chamados valores-notícia de construção – conceitualmente, aqueles que tratam dos “critérios de seleção dos elementos dentro do acontecimento dignos de serem incluídos na elaboração da notícia” (TRAQUINA, 2008, p. 91) – somam seis: a “simplificação”, a “amplificação”, a “relevância”, a “personalização”, a “dramatização” e a “consonância”.

Tais elementos, de acordo com Traquina (2008), demonstram que a abrangência da noticiabilidade não pode ser observada como um termo neutro, ou seja, os critérios dialogam e imbricam-se além de contemplarem aspectos da ordem do inteligível e do sensível na agregação de valores a um conteúdo específico.

Analisar os critérios de noticiabilidade requer, assim, uma visão holística do fazer jornalístico: trata-se da cadeia produtiva da notícia que durante o desdobramento da apuração, gera a necessidade de investigação de fatos/dados em face da complexidade destes critérios, visto haver fatores potencialmente capazes de agir no processo de construção da informação, que englobam os diversos encadeamentos oriundos de um fato, além da apreciação do jornalista sobre determinado acontecimento, cultura profissional da categoria, independência do veículo de comunicação, qualidade e pertinência do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, implicações éticas, bem como conjunturas históricas, políticas, econômicas e sociais.

Como bem destacou Bourdieu (1997), os jornalistas “refratam” a realidade ao cobrir os acontecimentos. Ou seja, portam “óculos” especiais a partir dos quais veem certas coisas e não outras: “eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado” (BOURDIEU, 1997, p. 25). Ao refratar a “realidade”, a notícia a constitui e é, pelos filtros culturais, constituída. Nesse



sentido, refletir sobre os critérios avaliativos na seleção e construção das notícias implica observar continuamente a prática jornalística.

Jornalismo, segundo Beltrão (1992), é

a informação dos fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública, no sentido de promover o bem comum. (BELTRÃO, 1992, p.65-66).

Se a atividade jornalística está tão diretamente relacionada à vida da coletividade, de tal sorte que a orientação emanada de um profissional deve promover o conhecimento e fazer circular a opinião do pensamento coletivo, capaz de formar juízo de valor nos cidadãos e assegurar o dito “bem comum”, é premente a inquietação: a partir de quais critérios o profissional deve pautar-se para selecionar o material que irá ganhar espaço no cenário de debates nacionais? De que forma os dados brutos podem ser apresentados para garantir atenção e capacidade reflexiva? Ainda: como avaliar o sentido e a densidade de um “bem comum” capaz de atribuir valor à informação?

Se considerarmos que o processo comunicacional não se restringe à mera transmissão de informações, mas compreende o compartilhamento de um conhecimento ou um sentimento comum, então, devemos deduzir que vários elementos entram nas decisões de valoração dos relatos, para que possam se converter em formas que significam algo. Para Valverde (2017, p.117) a comunicação só possui significado se houver a dinâmica da significação, ou seja, a ação comum de significar, a compreensão partilhada. Assim, na seleção das notícias, os critérios valorativos de noticiabilidade não podem ser apenas os ditos valores-notícia pré-estabelecidos, como a importância dos indivíduos envolvidos nos acontecimentos, o interesse nacional e o possível desdobramento em fatos mais relevantes, mas, sobretudo, a possibilidade de gerar inquietações sociais.

É o gene da transformação, segundo Chaparro (2004), pois na atividade jornalística “... o acontecimento não se define como aquilo que simplesmente acontece, mas como aquilo que, ao acontecer, produz ou pode produzir alterações significativas na realidade e no mundo presente das pessoas” (CHAPARRO, 2004, p.54).

Essa possibilidade de alterações significativas na realidade tem seu mote em aspectos de natureza cognitiva e afetiva, dependendo das circunstâncias, dos fatos e do tipo de comunidade que se objetiva “alimentar”, pois deve atender à dupla dimensão da condição humana que se deixa atingir pela racionalidade e pela sensibilidade.



Não se trata de delinear o processo de circulação da informação em termos puramente argumentativos, pois no âmbito da própria retórica argumentativa inscrevem-se os componentes responsáveis pela afetação do outro, dados pelas figuras de linguagem, pelos recursos audiovisuais, pelas manobras discursivas e enunciativas, entre outros. Os mesmos critérios de noticiabilidade frisados por Traquina contemplam indiretamente alguns desses fatores pelos efeitos que provocam, como a “aproximação”, o “inesperado” e a “dramatização”, que pressupõem características não necessariamente inerentes aos fatos, mas resultados de atos de linguagem.

Partindo do princípio, porém, de que, analisada a informação a partir dos critérios tradicionais de noticiabilidade e encontrada a possibilidade de compartilhamento do sentido do que se quer noticiar, um quê comum à sociedade que receberá a informação (interesse público), o profissional pode começar a lapidar o material.

Para tanto, é necessário refletir se entre o jornalismo e a sociedade existe (implicitamente) uma relação pautada na fusão ou na junção. A fusão pressupõe uma relação baseada em pensamentos e atos harmônicos, desinteressados, que se complementam. Um equilíbrio ético no qual valores universais servem de norte na escrita das ações. Aliada ao Jornalismo, a fusão se aproxima da retórica não com o intuito de obter uma verdade absoluta, mas, sobretudo, estimular a sociedade a formar opinião, refletir criticamente sobre os fatos no momento em que o jornalista exerce a profissão, apura, é eloquente e faz o bom uso da palavra, significa e ressignifica os fatos.

Já a junção configura-se pela troca de interesses baseada em valores, pressupõe o estabelecimento de normas e padrões de comportamento pautados em valores sociais e culturais de grupos heterogêneos capazes de estabelecer o tom do discurso impregnado pela moralidade que se quer impor. Entre ética e moral, fusão e junção, há um mundo quase intransponível a ser conquistado.

Etimologicamente, ética vem do grego *ethos* e significa “a ciência relativa aos costumes”, enquanto moral tem origem do latim *morales* que significa “relativo aos costumes”. A finalidade ética e moral podem ser contempladas, respectivamente, como o dever ser e o dever fazer, responsáveis pelas bases que norteiam as condutas do ser humano, determinando virtudes e ensinando comportamentos. Aos olhos de Kant, apenas a razão humana é capaz de compreender o dever...



mas o ato de escolher agir ou não em conformidade com o dever posto leva à ação moral a ser pautada num dever fazer.

A ética é, portanto, a reflexão sob a conduta moral, a ciência. Cada sociedade, com seus costumes, regras e leis, possui sua própria lógica de conduta do que se deve ou não fazer para estar de acordo com os padrões estipulados, com a moralidade posta. Apenas a conduta pautada na ética é capaz de refletir todos estes comportamentos, sem, entretanto, julgá-los.

Ora, se o cotidiano envolve adversidade, prazer, fúria, afeto, tensão, conflito, segurança e insegurança, não há dúvidas que a mídia retrata a vida social. Os telejornais, por exemplo, cumprem uma missão, mesmo que velada (inconsciente) para muitos telespectadores, de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade. Contudo, contribuem significativamente para formar opiniões, fazendo parte da programação domiciliar de milhares de famílias brasileiras... pautando suas realidades!

A notícia selecionada para veiculação **deveria** ser capaz de gerar eufonia entre os dois polos (jornalismo e sociedade), atestando a lógica da intersubjetividade: o **partilhar** em termos afetivos e vinculativos. Para tanto, à luz dos estudos de Parret (1997, p.198-200), o sensível precisa ser socializado para que o social seja, de fato, sensibilizado. Sinestesia, intercorporeidade e estetização do político seriam os três pontos cruciais para atestar a eufonia entre o jornalismo e a sociedade. Se há eufonia, vozes e sentimentos estão em consonância, interesses são de fato comuns entre os envolvidos no processo comunicacional, sendo possível pensar em critérios valorativos afetivos da seleção da notícia.

Vamos por partes: para haver eufonia há a necessidade de interação e acordo nas articulações comunicacionais, estética e sensível. Essa interação, entretanto, deveria pressupor a articulação entre a política e a partilha do sensível, ambas relacionadas à racionalidade da situação de fala. Se pensarmos em dois polos nos quais ambos possuem poder de fala, conseqüentemente são ouvidos, reconhecidos como sujeitos semióticos dotados de corporalidade (com lugar e movimento no mundo), podemos então atribuir corporalidade aos dois lados do processo comunicacional.

A prática, entretanto, não condiz com esta teoria utópica da partilha. A partir de Rancière é possível enxergar uma distribuição desigualitária dos corpos e, conseqüentemente, deste domínio da



fala, motivo pelo qual posicionamos os critérios de noticiabilidade no centro de uma **comunidade de litígio**: um polo fala (o jornalismo) e outro emite ruídos (a sociedade para a qual trabalha o jornalismo).

Assim, à luz de Rancière (informação verbal)¹, existe aqui um consenso (praticamente um abismo) a ser superado que é a necessária **subjetivação política**, ou seja, a subjetivação de todos pelo indivíduo, em busca de atores discursivos competentes numa sociedade que também fala. Para Agamben (informação verbal)², o alcance da subjetivação política assegura a intercorporeidade (ou intercorporalidade, conforme Merleau-Ponty³), o papel da linguagem para uma **potência do ser** e do **fazer** uma experiência semiótica. Isto não apenas nos atos de fala, mas em formas de vida capazes de se ajustarem ao movimento da sociedade enquanto sujeitos ativos do discurso.

Não existem, entretanto, dois polos com capacidade de fala: um lado apenas balbucia, segundo Rancière, motivo pelo qual o coro comunitário não ecoa com toda a força necessária para defender a existência de critérios afetivos de noticiabilidade. É preciso estabelecer valores, regras, pautando-se muito mais em critérios moralizantes do que éticos estéticos para seleção das notícias.

Não estamos preparados, decerto que não, mas precisamos acreditar numa eufonia do processo comunicacional, no jornalismo realmente voltado ao bem comum. Por enquanto, seguimos em critérios consensuais, numa típica sociedade de junção, em busca da comunidade de fusão, na qual noticiar poderia deixar de ser um jogo de interesses, pautado no verdadeiro e único objetivo de partilha do bem comum.

Segundo Parret (1997), a comunidade consensual é uma comunidade de *junção*, enquanto a comunidade afetiva é uma comunidade de *fusão*. Para os filósofos de Frankfurt, a comunidade é toda harmonia – para Kant, ela é toda melodia (p.198). Em busca da melodia perfeita da comunicação, pautada no bem comum, seguimos ao menos perseguindo uma relação de harmonia capaz de cumprir o papel social do jornalismo e vislumbrando a valoração do *persecutio* ideal na seleção da informação.

¹ Rancière (2005) citado por Kati Caetano, em aula do curso de pós-graduação *stricto sensu*, Mestrado e Doutorado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná. Em: 3 out. 2019.

² Agamben (2009) citado por Kati Caetano, em aula do curso de pós-graduação *stricto sensu*, Mestrado e Doutorado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná. Em: 3 out. 2019.

³ MERLEAU-PONTY, Maurice (1991) trabalha a noção de intercorporeidade como a necessidade semiótica dos polos (enquanto corpos) de possuírem uma ligação que os permita a capacidade de serem sentidos e explicados em conjunto, por meio de uma sintonia geradora de permuta emocional.



REFERÊNCIAS

- AGAMBEN, G. **O que é o Contemporâneo e outros ensaios**. Chapecó, SC: Argos, 2009.
- BELTRÃO, L. **Iniciação à filosofia do Jornalismo**. São Paulo: Edusp, 1992.
- BUENO, W. C. **Comunicação empresarial no Brasil: uma leitura crítica**. São Paulo: All Print Editora, 2005.
- BOURDIEU, P. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- CAETANO, Kati. **Aula**. In: PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO E DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E LINGUAGENS. 03. out. 2019. [S.l.]: Universidade Tuiuti do Paraná.
- CHAPARRO, C. **Jornalismo lida com a transformação**. In: Observatório da Imprensa. 13 jul. 2004, Disponível em < [http:// observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=285ASP014](http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=285ASP014) >. Acesso em: 26 mai. 2019.
- MERLEAU-PONTY, M. **Signos**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- PARRET, H. **A Estética da Comunicação: além da pragmática**. Trad. Roberta Pires de Oliveira. Campinas: Ed. da Unicamp, 1997.
- RANCIÈRE, J. **A Partilha do Sensível: estética e política**. São Paulo: EXO Experimental org./Ed.34, 2005.
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. Porque as Notícias São como São. 2. ed. v. 1. Florianópolis: Insular, 2005.
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional, 2. ed. v. 2. Florianópolis: Insular, 2008.
- VALVERDE, M. **Pequena Estética da Comunicação**. Salvador: Arcádia, 2017.