

Artigo Original



10.1590/1809-58442026120pt



Open access

Estado da arte de valor-notícia - (parte 1)

State of the art of news value (part one)

Estado del arte de valores noticiosos (primera parte)

Lia Fonseca Seixas

Programa em Comunicação e Cultura Contemporâneas; Faculdade de Comunicação; da Universidade Federal da Bahia (UFBA).
Salvador (BA) - Brasil.

Detalhes Editoriais

Sistema duplo cego

Histórico do Artigo:

Recebido: 25/02/2025

Aceito: 02/02/2026

Disponível online: 30/08/2026

Artigo ID: e2026120

Editores Chefes:

Dra. Marialva Barbosa

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Dra. Sonia Virginia Moreira

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ

Editores Responsáveis pelo processo de recepção, desk review e avaliação:

Ana Paula Goulart de Andrade (UFRRJ) e Jorge

Carlos Felz Ferreira (UFJF)

Editores Executivos:

Dr. Jorge C. Felz Ferreira

Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF

Dra. Ana Paula Goulart de Andrade

Univ. Federal Rural do Rio de Janeiro, UFRRJ

Editor Associado:

Dr. Sandro Torres de Azevedo

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Revisoras:

Cristine Gerk (português)

Felicity Clarke (Inglês)

Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ

Editoração e marcação XML:

IR Publicações

Financiamento:

CNPq

Como citar:

SEIXAS, F. Lia. Estado da arte de valor-notícia - (primeira parte). São Paulo: INTERCOM - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, v. 49(2026) e2026120. <https://doi.org/10.1590/1809-58442026120>

Autor(a) de contato:

Lia Fonseca Seixas

liaseixas@gmail.com

Resumo

Este artigo é o estado da arte dos estudos de valor-notícia a partir de cinco revistas científicas brasileiras e estrangeiras bem avaliadas no Qualis Periódicos Capes e da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações. Examinamos, detalhadamente, 64 trabalhos dentre teses, dissertações e artigos publicados entre 2016 e 2021. Com os resultados, observamos a necessidade de segunda pesquisa com bancos de dados, o que se transformou na segunda parte do estado da arte dos estudos de valor-notícia no Brasil e no mundo. Aqui, concluímos que o debate acadêmico não considera o nível cultural dentro das comunidades de sentido ou das culturas jornalísticas. A perpetuação das listas parece mundial. Os artigos estrangeiros reconhecem as diferenças entre valor-notícia e noticiabilidade, mas não distinguem valores de fatores. Para eles, não faz sentido a divisão entre extrínsecos e intrínsecos. Apenas 25% das teses e dissertações brasileiras têm revisão de literatura, ao passo que consta em 100% dos artigos estrangeiros. Os autores referência no Brasil são Gislene Silva (1985), Mauro Wolf (1995) e Nelson Traquina (2005). Fora do Brasil são Galtung e Ruge (1965), Eilders (1997, 2006), Harcup e O'Neill. (2001, 2016), Bednarek e Caple (2017). A metodologia mais frequente é a análise de conteúdo dentro e fora do Brasil.

Palavras-chave: Valor-notícia; fator notícia; noticiabilidade.**Abstract**

This article presents a state-of-the-art review of news value studies based on five Brazilian and international peer reviewed journals highly ranked in the Capes Qualis system, as well as on the Brazilian Digital Library of Theses and Dissertations. We conducted an in depth examination of 64 works—including doctoral theses, master's dissertations, and journal articles—published between 2016 and 2021. The findings indicate the need for a second stage of research grounded in database analysis, which constitutes the continuation of this broader project on news value studies in Brazil and worldwide. Our review shows that the academic debate has largely overlooked the cultural dimension embedded in communities of meaning and journalistic cultures. The persistence of news value lists appears to be a global phenomenon. While international articles acknowledge the distinction between *news values* and *newsworthiness*, they do not differentiate values from factors, and the division between

CRedit

- Conflitos de Interesse: os autores certificam que não têm interesse comercial ou associativo que represente um conflito de interesses em relação ao manuscrito.
- Contribuição dos autores: Conceitualização, desenvolvimento, metodologia, escrita (rascunho original, revisão e edição): SEIXAS, F. Lia.

Disponibilidade dos Dados:

Todos os dados que deram base ao presente artigo encontram-se no corpo do texto.

A Revista Intercom incentiva o compartilhamento de dados mas, por observância a ditames éticos, não demanda a divulgação de qualquer meio de identificação de sujeitos de pesquisa, preservando a privacidade dos sujeitos de pesquisa. A prática de *open data* é viabilizar a reproducibilidade de resultados, e assegurar a irrestrita transparência dos resultados da pesquisa publicada, sem que seja demandada a identidade de sujeitos de pesquisa.

Linguagem inclusiva:

Os autores usam linguagem inclusiva que reconhece a diversidade, demonstra respeito por todas as pessoas, é sensível a diferenças e promove oportunidades iguais.

Verificação de plágio:

A Revista Intercom submete todos os documentos aprovados para a publicação à verificação de plágio, mediante o uso de ferramenta específica.

intrinsic and extrinsic elements is generally considered irrelevant. Only 25% of Brazilian theses and dissertations include a literature review, compared with 100% of the international articles analyzed. The most frequently cited authors in Brazil are Gislene Silva (1985), Mauro Wolf (1995), and Nelson Traquina (2005), whereas internationally the key references are Galtung and Ruge (1965), Eilders (1997, 2006), Harcup and O'Neill (2001, 2016), and Bednarek and Caple (2017). Content analysis emerges as the predominant methodological approach in both Brazilian and international research.

Keywords: news values; news factors; newsworthiness.

Resumen

Este artículo presenta un estado del arte sobre los estudios de valores noticia a partir del análisis de cinco revistas científicas brasileñas e internacionales bien evaluadas en el sistema Qualis Periódicos de Capes, así como de la Biblioteca Digital Brasileña de Tesis y Disertaciones. Examinamos en detalle 64 trabajos —entre tesis doctorales, disertaciones de maestría y artículos científicos— publicados entre 2016 y 2021. Los resultados señalan la necesidad de una segunda etapa de investigación basada en bancos de datos, que constituye la continuación de este proyecto sobre los estudios de valores noticia en Brasil y en el mundo. Constatamos que el debate académico ha desatendido la dimensión cultural presente en las comunidades de sentido y en las culturas periodísticas. La persistencia de listas de valores noticia parece ser un fenómeno global. Aunque los artículos internacionales reconocen la diferencia entre *valores noticia* y *noticiabilidad*, no distinguen entre valores y factores, y consideran irrelevante la división entre elementos intrínsecos y extrínsecos. Solo el 25% de las tesis y disertaciones brasileñas incluyen una revisión de literatura, frente al 100% de los artículos internacionales analizados. Los autores más citados en Brasil son Gislene Silva (1985), Mauro Wolf (1995) y Nelson Traquina (2005), mientras que en el ámbito internacional destacan Galtung y Ruge (1965), Eilders (1997, 2006), Harcup y O'Neill (2001, 2016), y Bednarek y Caple (2017). El enfoque metodológico predominante, tanto en Brasil como en el exterior, es el análisis de contenido.

Palabras clave: valores-noticia; factores noticiosos; noticiabilidad.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY). Os autores retêm todos os direitos autorais, transferindo para a Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação o direito de realizar a publicação original e mantê-la sempre atualizada.



Introdução

Atualmente, com uma nova ‘arquitetura comunicacional midiática’ (Fausto Neto, 2012), pressionada pela aceleração do tempo (Rosa, 2003), a academia brasileira se pergunta se faz sentido a noção de valor-notícia. A plataformação e a algoritmização influenciam de forma determinante a escolha do que vai ser publicado. Mesmo que não seja adequada, uma notícia deve ser publicada em vídeo, pois o vídeo ranqueia no Google de hoje em dia. Entretanto, ao mesmo tempo, a concepção de notícia está intrínseca ao que se espera se constitua como instituição jornalística. Os constrangimentos midiáticos vivem em eterna tensão com o saber social da noticiabilidade.

Será que, dentro e fora do Brasil, se tem aplicado lista? Será que os pesquisadores estrangeiros também consideram importante separar fator intrínseco (atributo) de fator extrínseco? Quem são os autores mais citados por pesquisadores brasileiros e estrangeiros? Há semelhanças? Se faz revisão de literatura em teses e dissertações brasileiras? Quais são as metodologias mais frequentes? Existe justificativa com rigor científico as escolhas da fundamentação teórica?

Estas são as perguntas norteadoras deste estado da arte. Propomos um retrato dos estudos de valor-notícia que nos forneça pistas quanto aos principais autores, conceitos e proposições dos estudos na atualidade. No próximo item, explicamos como se deu este primeiro passo nas buscas. Em seguida, falamos dos autores: os mais citados no Brasil e no mundo. Depois, apresentamos as metodologias mais seguidas. No último item, focamos na fundamentação teórica com recorte para a diferença entre valor-notícia e critério de noticiabilidade na academia brasileira e para a lógica de formação de um fator/valor-notícia, destacando-se os níveis coletivo e individual.

Metodologia

Nossa busca, neste primeiro estágio, foi em: 1) Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD); 2) cinco revistas nacionais bem avaliadas pela Capes em 2023 (Matrizes, Galáxia, BJR, RBCC, Observatório), incluindo uma revista que se dedica ao estudo de jornalismo no Brasil, Estudos em Jornalismo e Mídia¹; e 3) cinco revistas estrangeiras relevantes para os estudos de jornalismo no mundo: Journalism, British Journalism Review, Journalism and Mass Communication Quarterly (JMCQ), Journalism Practice, Journalism Studies, Columbia Journalism Review (segundo ranking Scimago²).

A busca foi feita, certamente, por palavras-chave: ‘valores-notícia’ e ‘noticiabilidade’ no resumo em português com assunto ‘jornalismo’. Nas revistas estrangeiras, as palavras-chave equivalentes em inglês: ‘news values’, ‘newsworthiness’ com assunto ‘journalism’. As palavras ou tags deveriam ser encontradas no resumo e/ou no título, levando-se em conta que as palavras-chave têm seguido (assim como no título) a otimização de busca do Google³. A pesquisa, iniciada em 2021, se dedicou aos trabalhos publicados entre 2016 e 2021. Nas revistas brasileiras, ainda que nos dois primeiros anos não tenha sido publicado nenhum trabalho, mantivemos cinco anos, enquanto que para as revistas estrangeiras acrescentamos um ano para integrar um artigo que se tornou referência, o de Harcup e O’Neill (2016).

Na BDTD, de 98 trabalhos defendidos entre 2016 e 2021, apenas 18 trabalhos continham ‘valores-notícia’ no resumo ou título. Destas pesquisas, 14 teses e quatro dissertações. Aberto o documento, o primeiro passo era conferir se as palavras valores-notícia ou noticiabilidade apareciam em algum item do índice. Caso não contasse, o trabalho era descartado. Se contivesse valor-notícia, valores-notícia e critérios de noticiabilidade, examinava-se em primeiro lugar onde apareciam as palavras-chave (título ou resumo, corpo do texto); depois analisava-se se constava um item dedicado à revisão de literatura; e, em seguida, se havia sido feita escolha por alguma referência ou se o autor havia criado um quadro. Ao final, a metodologia utilizada.

Nas revistas brasileiras, a busca por valor-notícia com e sem hífen, valores-notícia com e sem hífen e noticiabilidade apresentou apenas 12 artigos, enquanto nas revistas estrangeiras foram encontrados 43, embora apenas 31 artigos com revisão de literatura em *news values* e, portanto, algum aprofundamento, além das palavras-chave *news values* ou *newsworthiness* em título e/ou abstract. Em síntese, de 2016 a 2021, dos

¹ Quando fizemos a busca era B1 e agora é A3 no Qualis Periódicos Quadriênio 2017-2020.

² Busca por Ciências Sociais, comunicação, em qualquer país em 2021 cujo título incluísse a palavra “journalism” (<https://www.scimagojr.com/journalrank.php?category=3315&area=3300&year=2021>).

³ A otimização de busca leva em conta, dentre outros elementos, a palavra-chave em títulos e nos textos. <https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide?hl=pt-br>



12 artigos publicados nas revistas brasileiras, 10 são do dossiê “Noticiabilidade” da revista Observatório, realizado a partir da mesa coordenada “Noticiabilidade e Seleção Noticiosa na era das novas tecnologias digitais” no 16º Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo (SBPJor).

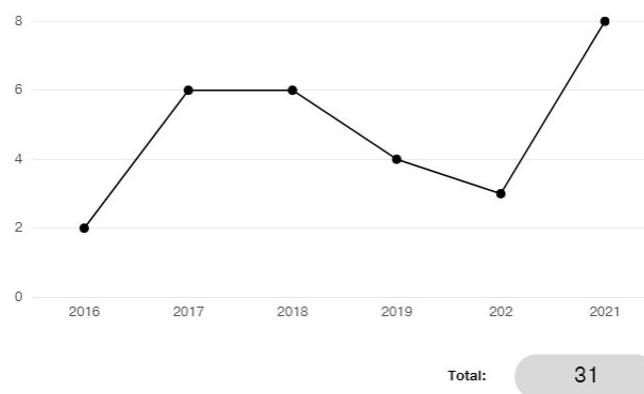
Tabela 1 - Quantidade de artigos por revistas brasileiras e estrangeiras

2016 a 2020	Matrizes	Galáxia	BJR	RBCC	Observatório	EJM	Nacionais
valor-notícia, valor notícia, noticiabilidade	0	0	0	0	10 (dossiê junho de 2018)	2	12
	Journalism	Journalism Studies	BJR	JMCQ	Journalism Practice	CJR	Estrangeiras
news values, newsworthiness	14	13	0	4	0	0	31

Fonte: elaborado pela autora.

É possível ver no quadro acima que a grande maioria dos artigos foi publicada em duas revistas, a Journalism, cujos atuais editores-chefe atuais são Barbie Zelizer (USA) e Howard Tumber (UK), e a Journalism Studies, encabeçada por Folker Hanusch (Áustria), com editor associado da América Latina. A quantidade de artigos dobra de 2016 para 2021:

Figura 1 - Crescimento de artigos em revistas estrangeiras.



Fonte: elaborada pela autora.

O texto mais citado nos outros artigos das revistas estrangeiras foi publicado na Journalism Studies: “What is news. Galtung and Ruge revisited” (Harcup e O’Neill, 2001). Em 2016, os autores publicaram o artigo “News values revisited (again)” na mesma revista. É possível inferir que se prefere uma revista na qual um debate se instalou, teve dossiê dedicado ao estudo de valor-notícia e tem, até, tradição.

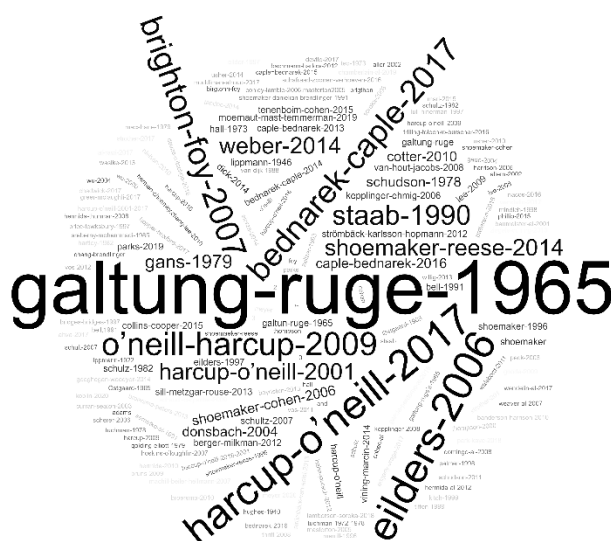
Autores

Os principais autores dos estudos de valor-notícia para a academia brasileira não são os principais autores citados nos artigos de revistas estrangeiras. No Brasil, identificamos os autores fundamentais, principalmente, através de teses e dissertações brasileiras. Os autores mais citados por artigos destas revistas estrangeiras são professores e pesquisadores de universidades dos Estados Unidos (nove), de Amsterdam (cinco), Austrália (quatro), Suíça e Reino Unido (3), Espanha, China, Canadá, Bélgica, Brasil e Polônia (1 artigo cada). A maioria dos autores dos artigos publicados entre 2016 e 2021 trabalha em universidades dos Estados Unidos e do norte do norte global. Vale ressaltar que a Europa aparece com um artigo espanhol e um belga.

Figura 2 - Artigos de revistas estrangeiras por países.

Fonte: elaborado pela autora.

Nosso objetivo é descobrir quais são os autores fundamentais no debate acadêmico mundial atual. Eles se localizam principalmente no Reino Unido, Noruega, Alemanha e Estados Unidos. É possível conhecê-los com o exame das escolhas metodológicas de cada trabalho. O frequente formato do artigo acadêmico estrangeiro inclui um item dedicado à metodologia. A leitura dos textos, que pode obter ajuda do Chatpdf ou Noteboklm⁴, deve centrar-se nos autores que fundamentam as categorias de análise. Em ordem cronológica, os autores fundamentais são: Galtung e Ruge (1965), Noruega; Harcup com O'Neill (2001 e 2016) e Brighton e Foy (2007) do Reino Unido; Christiane Eilders (2016), Pamela Shoemaker (1996; 2XXX), Alemanha; e Bednarek e Caple (2017), Austrália.

Figura 3 - Nuvem de tags de autores revistas internacionais.

Fonte: elaborado pela autora.

Galtung e Ruge (1965) produziram o artigo “A estrutura do noticiário estrangeiro”, considerado seminal em todo o mundo. Eles sistematizaram, pela primeira vez, 12 fatores notícia, ainda que tenham se dedicado às notícias estrangeiras publicadas em rádio e TV na Inglaterra. No mesmo ano, pouco antes, Ostgaard (1965), também da Noruega, publicou o artigo “Factors influencing the flow of news”, no qual dedica um item aos fatores inerentes às notícias publicadas. O autor não faz uma sistematização como Galtung e Ruge, mas analisa três fatores: simplificação; identificação, o que vem a se estabilizar como significância, a

⁴ O objetivo do uso destas ferramentas de inteligência artificial (IA) é ‘conversar’ com os artigos e fazer uma primeira leitura mais rápida. Depois, através do ctrl+f no pdf do artigo, se digita parte do trecho mostrado no Notebooklm.

partir de Herbert Gans (1979) e dentro do qual coloca proximidade, destacada como temporal e cultural no início e geográfica e cultural no final do subitem; e sensacionalismo.

Tanto Harcup e O'Neill (2001) como Brighton e Foy (2007) revisitaram Galtung e Ruge (1965). Como dissemos logo acima, o artigo de Harcup e O'Neill (2001) talvez seja hoje a principal referência depois do seminal de Galtung e Ruge. Quinze anos depois, os autores atualizam a pesquisa, incluindo análise nas redes sociais e plataformas digitais.

Neste novo estudo, também nos propusemos a examinar até que ponto qualquer taxonomia de valores-notícia concebida na era anterior ao Twitter, ao Facebook e a outras plataformas interactivas pode ser considerada como lida hoje. Esta é uma das principais questões a abordar na nossa revisão dos valores-notícia e na tentativa de atualizar a nossa lista de critérios de seleção (Harcup; O'Neill, 2016, p.3).

Neste estudo, eles ampliam a análise para 10 produtos jornalísticos (The Sun, Daily Mail, Daily Telegraph, Daily Mirror, Daily Express, The Times, The Guardian, The Independent, plus free-distribution dailies Metro and London's Evening Standard) durante uma semana em novembro. Depois de analisar as notícias nos veículos, se debruçaram sobre as 10 mais compartilhadas no Twitter e Facebook de cada marca. Ao todo, 711 unidades noticiosas. Eles fazem questão de dizer que analisaram uma a uma detalhadamente: "A nossa metodologia era impressionantemente simples, embora demorada: lemos cada uma das 711 histórias e usamos o nosso conjunto de valores-notícia de 2001 como uma folha de codificação, identificando vários factores em cada história" (Harcup; O'Neill, 2016, p.7). Neste artigo, eles incluíram cinco fatores: exclusividade, audio-visual, conflito, drama e shareability. Vale ressaltar que, nesta análise, compuseram o corpus o The Sun e o Daily Mail, célebres representantes da "imprensa marrom" britânica, além de gratuitos.

O livro de Brighton e Foy (2007), publicado nove anos antes do segundo artigo de Harcup e O'Neill, também tem como referência o artigo seminal, o qual eles consideram merece atualização diante do ecossistema midiático contemporâneo:

Na época em que Galtung e Ruge estavam desenvolvendo suas teorias, não havia internet, não havia manipulação de dados profissional (...) e não havia notícia 24horas. E a noção de jornalismo cidadão e seu irmão, o conteúdo gerado pelo usuário, ainda estava a algumas gerações de distância. [...] (Brighton e Foy, 2017, p. 192).

Na visão dos autores britânicos, o artigo de Galtung e Ruge focou em um assunto, mais especificamente em uma mídia para uma audiência específica. Brighton e Foy dizem que, enquanto cientistas sociais, eles deixaram de fora constrangimentos organizacionais: "Do ponto de vista de um cientista social, a sua análise é muito favorável. Do ponto de vista editorial, é menos satisfatória. [...]" (Brighton e Foy, 2007, p. 7). Depois de examinarem as listas de 13 autores, os pesquisadores analisam diferentes casos em diferentes mídias. Ao final, afirmam que os estudos de valor-notícia apenas auxiliam pesquisadores e estudantes, mas não teriam força no dia a dia das redações, ao passo que o jornalista continuará trabalhando com o 'instinto'. Um resultado que nos parece pouco científico.

Eilders (2016), pesquisadora alemã não traduzida para inglês e não citada no Brasil, sistematiza toda a literatura germânica 20 anos depois de o seu próprio trabalho (1997) se tornar referência para os estudos de noticiabilidade na Alemanha. Ela cita quatro autores que aparecem na revisão de literatura dos artigos estrangeiros: Schulz (1976), Staab (1990), Eilders (1997) e Ruhrmann et al. (2003). Ela cita um trabalho também citado por todos os outros pesquisadores estrangeiros: Galtung e Ruge (1965).

A lista de Eilders, desenvolvida em 1997, contém sete news factors: relevância, conflito, pessoas de elite, continuidade, inesperado, proximidade e nação de elite. Eilders é enfática ao relembrar afirmação de Galtung e Ruge: "[...] 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)

A força da autora está em considerar relevância uma construção coletiva para a qual sugere três motivos: 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, 2016, 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, 2016, p. 15).

Caple e Bednarek (2017) vão por outro caminho: o discursivo. Elas sugerem a Análise dos Valores-Notícia Discursivos (discursive news values analysis, DNVA). A partir de uma perspectiva multimodal, as pesquisadoras defendem a existência de quatro dimensões para os valores-notícia: material, cognitiva, social e discursiva. As autoras defendem que os valores-notícia são construídos no discurso, não como ‘manipulação’ deliberada, mas como valor atribuído socialmente. Elas não acreditam que existam atributos inerentes, como crê parte importante da literatura estrangeira e a parte mais importante da literatura brasileira.

Pamela Shoemaker (Shoemaker; Reese; 1996, Shoemaker, Cohen; 2006) é a única autora citada tanto nos artigos de revistas estrangeiras como nos artigos de revistas brasileiras. Dentre teses e dissertações brasileiras, apenas a tese Liliane Feitoza (Feitoza, 2016) cita a pesquisadora norte-americana. Em artigos, apenas o professor Marcos Paulo da Silva (UFMS) a cita. Na obra de 1996, que se tornou referência para a discussão de newsmaking, os pesquisadores defendem que noticiabilidade é construto cognitivo com nível individual e coletivo. No fundamento, assim como em Eilders (2016) e no seminal Galtung e Ruge (1965), está a psicologia social, notadamente a teoria da ‘consistência cognitiva’.

As teses e dissertações, em princípio, exigem escolhas amadurecidas, no entanto, ainda que seja possível identificar os autores mais seguidos, os motivos das escolhas não são apresentados, nem nas dissertações, nem na maioria das teses defendidas entre 2017 e 2021. O quadro abaixo mostra que 56,25% (nove de 16) dos trabalhos não fazem revisão de literatura ou fazem revisão incompleta, o que significa não incluir os autores clássicos dos estudos de valor-notícia (Autor, 2018). Muitos desconhecem até o artigo seminal de Galtung e Ruge (1965).

Tabela 2 - Autores e revisão de literatura de teses e dissertações defendidas entre 2016 e 2021.

16 Teses e Dissertações de 2016 a 2021	Revisão de literatura	Autores referência para análise
Valores notícia no título, resumo e item dedicado	Não tem	Adota Wolf, M. e Traquina, N
Valores notícia no título, resumo e item ao valor-notícia morte	Não tem	Adota Traquina, N.
Valores notícia no resumo	Incompleta	Adota Silva, G.
Valores notícia no resumo	Não tem	Adota Traquina, N. (por conceituar regras que guiam o processo jornalístico)
Valores notícia no índice	Incompleta	Quadro com Silva, G e Traquina, N.
Valores notícia com item dedicado	Tem	Lança autores para cada dimensão: Guerra, Franciscato, Gomis, Groth, Shoemaker, Benetti; Reginato, Silva
Valores-notícia no resumo	Incompleta	Adota Wolf, M.
Valores-notícia no resumo	Tem	Adota Silva, G.
Valores-notícia no resumo	Incompleta	Adota Silva, G.
Valores-notícia no resumo(ciberacontecimento)	Tem	Não elege autor, foco em <i>breaking news</i>
Valores-notícia no resumo (agência de notícia)	Incompleta	Adota Traquina, N.
Valores- notícia no índice (celebridade, redes sociais)	Não tem	Adota Wolf, M.
Valores-notícia no resumo (“informação colaborativa”)	Incompleta	Adota Satuf, I. (UBI)
Valores-notícia no resumo (notícia, dispositivos móveis)	Incompleta	Adota Satuf, I. (UBI)
Valores-notícia no resumo (relevância jornalística)	Tem	Não elege autor
Valores-notícia no título	Tem	Adota Traquina, N.

Fonte: elaborado pela autora.

Apenas 31,25% têm revisão de literatura mínima, ou seja, citam, pelo menos, Galtung e Ruge (1965), Shoemaker e Reese (1996), Wolf (1997), Traquina (2005), Silva (2005). Um trabalho cita Walter Lipmann (1922), primeiro autor a conceituar notícia. Apenas um também cita Herbert Gans (1979), autor

no qual Wolf (1997) se ampara. Dois trabalhos voltados para o jornalismo digital adotam o artigo de Ivan Satuf (doutorado na UBI), que sugere três novos valores-notícia em função do mundo digital: hashtag, redundância e participação da colaboração. Na tese, defendida em 2016, o autor não diz que o valor-notícia tende a enfraquecer no jornalismo digital, mas sim, identifica como inovações tecnológicas reforçaram dois valores-notícia: inesperado e proximidade: “O coletivo sociotécnico age sobre os critérios de noticiabilidade ao promover uma tradução de dois valores-notícias clássicos: o inesperado e a proximidade. [...] (Satuf, 2016, p.220).

Nas revistas de circulação internacional, a revisão de literatura é frequentemente um item. As revisões de literatura têm, em média, duas dezenas de autores, dentre clássicos e recentes. Entretanto, nestas não constam, repetidamente: Herbert Gans (1979), Traquina (2005) e Wolf (1996). Talvez Wolf (1996) não seja jamais citado porque é uma sistematização baseada em outros autores. Gans (1979) não focou em valor-notícia, mas se aprofundou em valores culturais mais duradouros, “enduring values”:

Também faço distinção entre dois tipos de valores, que chamo de tópicos e duradouros, e analisarei apenas os últimos. Os valores tópicos são as opiniões expressas sobre atores ou atividades específicas do momento, seja uma nomeação presidencial ou uma nova política anti-inflação. [...] Os valores duradouros, por outro lado, são valores que podem ser encontrados em muitos tipos diferentes de notícias durante um longo período de tempo; muitas vezes, eles afetam os eventos que se tornam notícias, pois alguns são parte integrante da definição de notícia (Gans, 1979, p. 41).

No Brasil, Traquina (2005) e Wolf (1996), no entanto, são dois dos principais autores, ao lado de Gislene Silva (2005). O volume 2 de Teorias do Jornalismo do português Nelson Traquina (2005) é adotado nos cursos de graduação em Jornalismo por todo o país. Na pós-graduação, a operacionalização dos valores-notícia. Vale destacar que existe uma clara ausência da publicação em língua portuguesa de muitos dos autores em circulação no debate acadêmico estrangeiro.

Traquina defende que o valor-notícia tem duas dimensões: de seleção (substantivos e contextuais) e de construção. Há uma separação entre atributos inerentes aos eventos, valores-notícia da organização (contexto) e valores-notícia da construção discursiva. Esta separação é didática. Na fundamentação deste argumento, o valor-notícia seria um saber desenvolvido e compartilhado na cultura jornalística. Ao sugerir a separação entre substantivos e de construção, ele incorpora a preocupação de grande parte dos pesquisadores voltados para o construcionismo.

O italiano Mauro Wolf (1997), cujo livro não é citado por nenhum autor de artigo em revista estrangeira nos últimos cinco anos, baseia-se em Gans (1979) e Golding e Elliot (1979) principalmente. A tese de doutorado de Wolf divide os fatores (que denomina ‘pressupostos implícitos’) de noticiabilidade como relativos ao: conteúdo, produto, público e concorrência. Wolf trata o assunto de forma lúcida, situando os estudos de valor-notícia na teoria dos newsmaking. Traquina chama a atenção de Wolf ter sido o autor a apontar a existência dos valores-notícias em todo o processo produtivo (Traquina, 2005, p. 78).

Com o artigo, já clássico, “Para pensar critérios de noticiabilidade”, Gislene Silva (UFSC) aparece, juntamente com Traquina, como umas das referências brasileiras quando se estuda valor-notícia. A autora divide o valor-notícia em três dimensões (na origem dos fatos, no tratamento dos fatos e na visão dos fatos), mas se dedica à primeira, “com o objetivo de operacionalizar análises de notícias” (Silva, 2014, p. 51). Ao sugerir macro e micro-valores, Silva abrange um vasto conteúdo, facilitando a operacionalização da pesquisa baseada na análise de conteúdo. Existem, no entanto, macro valores-notícia que têm, na nossa compreensão, o estatuto apenas de assunto, como “justiça” ou “conhecimento/cultura”, não se constituindo em valor-notícia.

Metodologias mais frequentes

A metodologia mais comum, tanto para trabalhos brasileiros quanto para trabalhos estrangeiros, é a análise de conteúdo. No entanto, é preciso dizer que se constituem em análises de conteúdo marcadas por uma semelhança e três diferenças entre brasileiros e estrangeiros. A semelhança é a aplicação de uma ou algumas listas. As diferenças são tamanho da amostra, autores de referência e mensuração da confiabilidade da análise, como se pode constatar na sistematização da tabela 3.

Tabela 3 - Metodologias em artigos de revistas internacionais.

Título	Ferramenta	Corpus	Metodologia
News values on social media: News organizations' Facebook use	QDA Miner 4 NVivo 10	15.589 matérias de TV em árabe (The Iranian Al-Alam TV, Russia Today, Deutsche Welle e BBC)	Análise de conteúdo
WHAT IS NEWS? News values revisited (again)	Leitura individual	711 destaques; uma semana em novembro de 2014; The Sun, Daily Mail, Daily Telegraph, Daily Mirror, Daily Express, The Times, The Guardian, The Independent, Metro e London's Evening Standard (gratuitos)	Análise de conteúdo com leitura interpretativa
A new sensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in online news publications	Contrato com NewsWhip, codificados segundo Neuendorf (2002).	400 matérias de 4 veículos; Principal para notícias nativas on-line - Minutouno.com (AR), Aristegui Noticias (ME), G1 (BR) e The Huffington Post (EUA)	Análise de conteúdo
From Newsworthiness to Shareworthiness: How to Predict News Sharing Based on Article Characteristics	Script Python que consultava o feed RSS uma vez por hora,	132.682 notícias compartilhadas de seis grandes sites de notícias holandeses: nrc.nl, trouw.nl, volkskrant.nl (nacionais), parool.nl (local), ad.nl (popular), nu.nl	Análise de conteúdo
A general pattern in the construction of economic newsworthiness? Analyzing news factors in popular, quality, regional, and financial newspapers	LexiNexis Lotus (λ) para confiabilidade	6.489 matérias em 9 jornais de linha editorial economia/finanças com alta circulação em Amsterdão	Análise de conteúdo
Through a different gate: An automated content analysis of how online news and print news differ	LexiNexis Script Python	762.095 matérias principais veículos holandeses (Nu.nl, De Volkskrant, NRC Handelsblad, Trouw, Algemeen Dagblad, De Telegraaf, Geenstijl, Nederlandse Omroep Stichting, Metro - por 2 anos	Análise de conteúdo
News Values Go on Holiday	Valores são criados. Sugere "marketing values" ao invés de "news values"		Teórico
TO SHARE OR NOT TO SHARE The influence of news values and topics on popular social media content in the United States, Brazil, and Argentina	NewsWhip, codificados segundo Neuendorf (2002).	600 matérias; New York Times, The Huffington Post, Folha de S. Paulo-UOL e G1, o Clarín e MinutoUno.com (EUA, Brasil e Argentina)	Análise de conteúdo
Getting into living rooms: NGO media relations work as strategic practice		Sede da World Vision US em Washington de janeiro a março de 2015	Observação participante e entrevistas semi-estruturada
Five ways BuzzFeed is preserving (or transforming) the journalistic field	Factiva	5739 matérias d NYTimes (10 artigos por dia do Buzzfed e New York times) de abril a maio de 2015	Análise de conteúdo
Women, ethnic minorities and newsworthiness: Journalists' perceptions		16 entrevistas em profundidade com jornalistas. Imprensa escrita	Entrevistas em profundidade

Título	Ferramenta	Corpus	Metodologia
News values on social media: Exploring what drives peaks in user activity about organizations on Twitter	Ferramentas e captura do próprio Twitter; confiabilidade com coeficiente de Lotus padronizado (Fretwurst, 2015)	1.801.971 tuítes em holandês das maiores empresas (18) da Holanda	Análise de conteúdo
News Values and Newsworthiness	Diferença entre notícia e noticiabilidade		Teórico
The Ukraine conflict and the European media: A comparative study of newspapers in 13 European countries		3023 matérias 13 jornais do leste europeu	Análise de conteúdo
Naturalizing negativity: how journalism textbooks justify crime, conflict, and “bad” news	Revisão de livros		Teórico
Textbook News Values: Stable Concepts, Changing Choices	Análise interpretativa longitudinal da explicação dos livros didáticos de jornalismo dos EUA de 1894 e 2016		Teórico
News Values and the Ethical Dilemmas of Covering Violent Extremism	41 jornalistas de jornais nigerianos e canais de TV 24h		Observação participante e entrevistas
What are newspaper editorials interested in? Understanding the idea of criteria of editorial-worthiness	Entrevistas feitas anteriormente pelos autores com jornalistas e entrevistas e documentos de outros autores citados.		Teórico
The Ultimate News Value: Journalism Textbooks, the U.S. Presidency, and the Normalization of Donald Trump	Projeto de pesquisa sobre valor-notícia nos manuais.		Teórico
But her emails! How journalistic preferences shaped election coverage in 2016	Media Tenor	1280 tópicos De 15 em 15 segundos, ABC, CBS, NBC, CNN e Fox News	Análise de conteúdo
Media Hierarchies of Attention: News Values and Australia’s Royal Commission into Institutional Responses to Child Sexual Abuse		Relatório da Royal Commission into Institutional Responses to Child Sex Abuse, Austrália	Análise de conteúdo
Newsworthiness and story prominence: How the presence of news factors relates to upfront position and length of news stories	LexisNexis; Analysis Toolkit Infrastructure for Automated Content - Analysis-tool - estatísticas de confiabilidade com Nogrod 1.1	Quality: NRC Handelsblad, Volkskrant, nrc.nl e volksrant.nl, newspaper Trouw Popular news media (4): Algemeen Dagblad, Telegraaf, telegraaf.nl, nu.nl.	Análise de conteúdo
The making of economic news: Dutch economic journalists contextualizing their work		12 jornalistas de economia da mídia holandesa	Entrevistas em profundidade
Researching With Our Hair on Fire: Three Frameworks for Rethinking News in a Postnormative World			Teórico
Computer-Based Analysis of News Values: A Case Study on National Day Reporting	Factiva	136 matérias - The Australian and The Sydney Morning Herald, 19 jan e 1 fev em 2016 e 2017	Análise de conteúdo

Título	Ferramenta	Corpus	Metodologia
Effects of News Factors on Users' News Attention and Selective Exposure on a News Aggregator Website	SensoMotoric Instruments [SMI] iView X Red, 120 Hz)	Eye tracking com 47 estudantes em universidade alemã, por 2 semanas em fevereiro de 2015	Análise do consumo
Attention for Attention Hotspots: Exploring the Newsworthiness of Public Response in the Metric Society		Três jornais impressos nacionais e suas edições digitais: The New York Times, The Washington Post e USA Today, novembro de 2016.	Análise de conteúdo qualitativa
Promoted Media Coverage of Court Decisions: Media Gatekeeping of Court Press Releases and the Role of News Values	Smith-Waterman local alignment algorithm (Wilkerson, Smith, and Stramp 2015)	584 reais reportados nos jornais alemães durante 8 anos	Análise de conteúdo
Casual, Colloquial, Commonsensical: A News Values Stylistic Analysis of a Populist Newsfeed		308 títulos com a palavra-chave 'tea party'	Análise de conteúdo
Applying news values theory to liking, commenting and sharing mainstream news articles on Facebook	Netvizz para extrair	2.480 artigos de três grandes jornais da Coreia do Sul (Chosun, Hankook e Hankyoreh) por três meses	Análise de conteúdo
Joy is a News Value			Teórico

Fonte: elaborado pela autora.

Dos 31 trabalhos, 61,29% faz análise de conteúdo, 25,8% são teóricos (oito, com três destes do mesmo autor), dois fazem observação participante com ou sem entrevistas, dois fizeram apenas entrevistas em profundidade. Retiramos deste quadro a abertura de um dossiê dedicado à noticiabilidade na *Journalism Studies*. Na análise de conteúdo, um único artigo fez interpretação com leitura individual de cada material (Harcup; O'Neill, 2010, 2016) e outro trabalho é baseado em *eye tracking* (Caple; Bednareck, 2017). Os dois se tornaram referência entre os artigos estrangeiros: 1) "WHAT IS NEWS? News values revisited (again)" em que Harcup e O'Neill (2016), atualizando o artigo de 2001, fazem leitura individual de 711 matérias de jornais tradicionais, tablóides e gratuitos; e 2) "Computer-Based Analysis of News Values: A Case Study on National Day Reporting" no qual Bednarek e Caple (2020) aplicam o DNVA, criado no livro de 2017.

Comparando-se os artigos das revistas estrangeiras com as dissertações e teses brasileiras defendidas entre 2016 e 2021, embora se faça em sua maioria análise de conteúdo, as amostras, ferramentas e bibliografia de base são fundamentalmente diferentes. No Brasil, a grande referência para análise de conteúdo é Laurence Bardin (1996). Fora do Brasil, os artigos trazem Krippendorff (2004), mas principalmente sua medida de confiabilidade chamada "Alfa de Krippendorff", com a qual se mensura o nível de confiança de uma análise de conteúdo. Os artigos trabalham com grandes amostras e períodos de análise. As grandes amostras são consideradas uma exigência de confiabilidade da pesquisa. Os autores trabalham com ferramentas pagas, empresas de coleta, criam scripts em Python. É claro o financiamento da pesquisa. Os trabalhos de pós-graduação brasileiros trabalham com jornais tradicionais e regionais, com uma quantidade em média de unidades de análise que podem variar de 20 (duas semanas de um telejornal) a 100 (em geral, escolhidas depois de uma pesquisa exploratória).

A semelhança entre brasileiros e estrangeiros é a aplicação de alguma lista de valores-notícia, ainda que se tenha a revisão de literatura analisada criticamente. Os artigos estrangeiros que fazem análise de conteúdo fazem revisão de literatura e, em seguida, decidem pelos fatores de um ou mais autores. No Brasil, as teses e dissertações, em geral, decidem por um autor. A semelhança nesta diferença é falta de justificativa contundente para a escolha.

Sínteses teóricas

Com o estado da arte apenas com revistas e a BDTD, podemos observar que os pesquisadores referência para os trabalhos divergem quanto à condição do valor-notícia: se são atributos inerentes ao evento ou construídas pelos jornalistas ou ainda em sociedade, coletivamente. Para pesquisadores brasileiros, a divisão



entre atributos e não-atributos, iniciada em Gans (1979), reafirmada por Wolf (1996) e fixada no Brasil por Gislene Silva em 2005, é relevante. Nos artigos estrangeiros, trabalha-se com valor ou fator não importando se alguns dizem respeito à qualidade do evento, outros aos constrangimentos organizacionais ou aos valores culturais de uma dada coletividade. Todos os fatores, seja poder de elite ou audiovisual (característica do formato), figuram como unidade de análise.

O artigo seminal de Galtung e Ruge (1965) estabeleceu a noção de fatores. Esta noção se fortaleceu no debate acadêmico estrangeiro, enquanto, no debate acadêmico brasileiro, vigora a noção de valor-notícia. O fator engloba valor-notícia e critério de noticiabilidade. Essa diferença foi feita por Gislene Silva, cuja referência é Wolf. Valor-notícia diz respeito ao atributo (Silva, 2005), ao passo que critério de noticiabilidade é considerado como qualquer outro fator que influencia um objeto de realidade (Seixas, 2009) para que seja noticiável.

A preocupação maior da pesquisa estrangeira é entender a lógica de formação de um fator-notícia. Parece consensual a compreensão de noticiabilidade como constructo cognitivo. O fundamento foi estabelecido pelo seminal (Galtung; Ruge, 1965) com a teoria da psicologia da percepção. A compreensão de que fator-notícia seria constructo coletivo (Shoemaker e Reese, 1996, 2014; Eilders, 1997; Shoemaker e Cohen, 2006) tem sido seguida por artigos de revistas estrangeiras. Em geral, os autores analisam a compatibilidade dos resultados com trabalhos já realizados pelos pares:

[...] Em particular, os preditores mais valiosos da intensidade de um pico de atividades parecem ser o impacto social, a proximidade geográfica e a facticidade, todos associados a níveis mais altos de atividade. Em conjunto, esses valores sugerem que principalmente os tópicos que destacam as consequências sociais dos eventos organizacionais, relacionados ao contexto nacional, e com informações factuais parecem causar os níveis mais altos de atividades relacionadas à organização no Twitter. Isso reforça a noção de fatores noticiosos como indicadores de relevância coletiva (Eilders, 2006; Shoemaker e Cohen, 2012; Weber, 2014), com os usuários de mídia social alocando atenção focal (e atividades) a tópicos associados a desvios e significância social, como fazem os jornalistas ao decidir o que é notícia (Eilders, 2006; Wendelin et al., 2017) (Araújo, van der Meer, 2018, p. 15)

Com frequência, sugere-se algum novo fator, inclusive quanto se trata de analisar produto de nicho ou tema de nicho. Um fator pode dizer respeito a qualquer dimensão, do valor substantivo de cada objeto à cultura jornalística.

Conclusões

A partir da análise dos trabalhos brasileiros e estrangeiros sobre valor-notícia publicados entre 2016 e 2021, pode-se concluir que, enquanto a literatura brasileira considera a separação entre valor substantivo (atributo) e critério de noticiabilidade (fator) relevante, o debate acadêmico estrangeiro trabalha frequentemente com ‘fator-notícia’ (news factors). Nós tendemos à separação, que, no fundo, implica em reconhecer as características intrínsecas de um objeto de realidade (seja fato ou acontecimento). No entanto, ainda não conseguimos dizer se essa separação é produtiva para os estudos de valor-notícia, pois os atos de selecionar e construir um discurso hierárquico sofrem influência de fatores não intrínsecos.

Pode-se concluir também que, praticamente, não há semelhança entre os autores citados pelos trabalhos brasileiros e estrangeiros. A única exceção é a Shoemaker (1996;2006), com destaque para o trabalho do professor Marcos Paulo da Silva, em cuja tese traz a noção de noticiabilidade da autora e, depois, tem produzido artigos em que reafirma a noção de noticiabilidade enquanto construto cognitivo. Compreensão, que tem origem no seminal, pois o artigo de Galtung e Ruge (1965) é o primeiro a fundamentar-se na psicologia da percepção para pensar quais fatores dão noticiabilidade. Os autores referência dos trabalhos brasileiros não são os mesmos dos artigos estrangeiros: no Brasil, Gislene Silva (1985), Mauro Wolf (1995) e Nelson Traquina (2005); e fora do Brasil, Galtung e Ruge (1965), Eilders (1997, 2006), Harcup e O’Neill (2001, 2016), Bednarek e Caple (2017).

Outra conclusão a que chegamos: mestrandos e doutorandos não têm feito estado da arte nem revisão de literatura quanto aos estudos de valor-notícia no jornalismo. Os artigos de revistas estrangeiras têm um item dedicado à revisão de literatura, seguindo o formato clássico IMRaD (Introdução, Método, Resultados e Discussão). É frequente a escolha de alguns autores na fundamentação da análise. A quase totalidade do pesquisador brasileiro escolhe um autor apenas. Pudemos concluir que em mais de 90% de todos artigos analisados não há justificativa das escolhas.

Um resultado nada surpreendente: é consensual a proliferação de listas. Para se operar a análise, o pesquisador se vê obrigado a dispor de um elenco de fatores, que são variáveis da análise de conteúdo.

Para concluir esta seção, podemos fazer várias observações: Primeiro, está claro que houve uma proliferação de listas de valores-notícia, muitas das quais se sobrepõem umas às outras em termos dos aspectos de noticiabilidade com os quais lidam e diferem apenas em suas práticas de rotulagem/nomeação.. [...] (Caple, 2021, p. 10)

As listas são resultado de análises, principalmente, de jornais tradicionais. Apenas em 2016, Harcup; O'Neill incluíram gratuitos e tabloides. Nenhum dos trabalhos analisados considerou o nível cultural dentro das comunidades de sentido ou das culturas jornalísticas e na relação destas com as localidades. Pode-se inferir, portanto, que a recorrente decisão de universalizar os valores-notícia vai contra o artigo de Galtung e Ruge (1965). O artigo seminal sugere que alguns fatores seriam “culturalmente livres” (oito fatores, mais universais) e outros (os últimos quatro) seriam “fatores culturais”, com influência, portanto, na “transição de acontecimento para notícia” por fora das regras normais de noticiabilidade (Galtung e Ruge, 1999 [1965], p. 67).

Um em cada dez destaques dos oito websites do interior da Bahia durante o período pré-eleitoral de 2020, ano marcado pela pandemia, tem o poder de elite como único critério de noticiabilidade. Combinado a outros critérios, a elite local ganha visibilidade em 40% das matérias. O poder dos atores da elite local é assim um fator com capacidade para levar a destaque da home noturna um evento que não seria publicizado em um produto que segue os valores institucionais do jornalismo. O discurso jornalístico —identificado na alta proporção de faits divers— leva a taxa de influência do poder de elite a até 57% do total de matérias (Durazo-Hermmann, Seixas, 2024, p. 8).

Nem dentro nem fora do Brasil, os pesquisadores têm incluído na análise os fatores “culturalmente livres” (Galtung e Ruge, 1999 [1965], p. 67) de uma região ou localidade. Ainda que existam análises de regionais, seja ou não em comparação com tradicionais.

Por fim, pode-se concluir ainda que uma pesquisa por revistas auxilia a descobertas produtivas, pois algumas revistas relevantes para o debate brasileiro não estão indexadas em bancos de dados. No entanto, só a busca em bases de dados, como Scopus, Scielo e Web of Science, pode confirmar e aprofundar as conclusões às quais chegamos aqui. Depois será possível fazer profunda comparação entre valor-notícia, critério de noticiabilidade e noticiabilidade. Será possível também avançarmos na compreensão sobre a formação de valor-notícia e noticiabilidade e, depois, na análise das metodologias de análise.

Para finalizar, uma curiosidade: a pesquisa de valor-notícia surgiu na Noruega, ganhou força na Inglaterra, se mantém do lado leste europeu, com Alemanha à frente. São trabalhos que circulam em inglês. Novos *players* são as australianas, Helen Caple e Monika Bednarek. Porém, esta última foi orientanda recentemente do holandês Mark Deuze.

Referências

ARAUJO, T.; van der MEER, T. G. News values on social media: Exploring what drives peaks in user activity about organizations on Twitter. **Journalism**, vol.21, n.5, p. 633–651, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1464884918809299>.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.



BRAMBILLA, A. M. Homogeneidade e endogenia nos interesses de jornalistas desconectam valor notícia e população. **Revista Observatório**, [S. l.], v. 4, n. 4, p. 420–444, 2018. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p420. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/5499>.

BEDNAREK, M.,; H. CAPLE. **The Discourse of News Values: How News Organizations Create Newsworthiness**. New York: Oxford University Press, 2017.

BEDNAREK, M. CAPLE, H.; Huan, C. (2021) Computer-Based Analysis of News Values: A Case Study on National Day Reporting, **Journalism Studies**, vol.22, n.6, p.702-722, 2021. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1807393

BORGES, J. Critérios de noticiabilidade no Brasil e no mundo. **Revista Observatório**, [S. l.], v. 4, n. 4, p. 468–499, 2018. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p468. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/5498>.

BOUKES, M., & VLIEGENTHART, R. (2020). A general pattern in the construction of economic newsworthiness? Analyzing news factors in popular, quality, regional, and financial newspapers. **Journalism**, 21(2), 279–300. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1464884917725989>

BROWN, D. K., HARLOW, S., GARCÍA-PERDOMO, V., & SALAVERRÍA, R. (2018). A new sensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in online news publications. **Journalism**, 19(11), 1497–1516. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1464884916683549>

BRIGHTON, P.; Foy, D. **News values**. London, UK: SAGE, 2007.

COCKING, B. News Values Go on Holiday, **Journalism Studies**, 2017. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1272066

CAPLE, H. News Values and Newsworthiness. In: **Oxford Research Encyclopedia of Communication**, edited by H. Ornebring. Oxford: Oxford University Press, 2018. DOI:10.1093/acrefore/9780190228613.013.850

CAPLE, H.; M. BEDNAREK. **DNVA and Intratextual Analysis**, 2020. <https://www.newsvaluesanalysis.com/our-book/extensions/dnva-and-intratextual-analysis/>.

DURAZO-HERMMANN, J; SEIXAS, L. What is News in the countryside of Bahia? **Contracampo – Brazilian Journal of Communication**, Niterói, V. 43, n.2, may./aug, 2024.

EILDERS, C. News factors and news decisions. Theoretical and methodological advances in Germany. **Communications**. vol. 31, n.1, p. 5–24, 2016.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. **Matrizes**. São Paulo: ECA/USP, v.1, n.2, 2008.

FEITOZA, Liliane. Relevância jornalística: análise e teste de ferramenta para fins de avaliação de qualidade e accountability. **Tese** defendida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Espírito Santo (UFS). São Cristóvão, 2016.

FURST, S. & OEHRER, F. Attention for Attention Hotspots: Exploring the Newsworthiness of Public Response in the Metric Society, **Journalism Studies**, vol.22, n.6, p.799-819, 2021. DOI: 10.1080/1461670X.2021.1889396

GARCÍA-PERDOMO, B.; SALAVERRÍA, R.; KILGO; HARLOW, To Share or Not to Share, **Journalism Studies**, 2017. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1265896

GALTUNG, J.; RUGE, M. 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, 1999.

GOLDING, P.; ELLIOTT, P. **Making the news**. Nova York: Logman Group Limited, 1979.

- KRIPPENDORFF, K. **Content Analysis. An Introduction to its Methodology**. California: SAGE Publications, 2004.
- HARCUP, T.; O'NEILL, D. What Is News? Galtung and Ruge revisited. **Journalism Studies**, v.2, n.2, dezembro, p.261-280, 2001.
- HARCUP, T.; O'NEILL, D. What is News? News Values Revisited (Again).” **Journalism Studies** 18 (12): 1470–1488, 2016.
- MARQUES, F. P. J.; MONT'ALVERNE, C. What are newspaper editorials interested in? Understanding the idea of criteria of editorial-worthiness. **Journalism**, vol.22, n.7, p.1812–1830, 2021. <https://doi.org/10.1177/1464884919828503>
- MAST, J.; TEMMERMAN, M. What's (The) News? Reassessing “News Values” as a Concept and Methodology in the Digital Age, **Journalism Studies**, vol.22, n.6, p. 689-701, 2021. DOI: 10.1080/1461670X.2021.1917445
- MEYER, P. Promoted Media Coverage of Court Decisions: Media Gatekeeping of Court Press Releases and the Role of News Values, **Journalism Studies**, vol. 22, n.6, p.723-740, 2021. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1819861
- MOON, R. Getting into living rooms: NGO media relations work as strategic practice. **Journalism**, vol.19, n.7, p.1011–1026.2018. <https://doi.org/10.1177/1464884917691542>
- NOGUEIRA, L. A noticiabilidade a partir do audiovisual: da mídia tradicional à recirculação em redes sociais digitais. **Revista Observatório**, [S. l.], vol. 4, n. 4, p. 445–467, 2018. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p445. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/5500>.
- PARK, C. S.; KAYE, B. K. Applying news values theory to liking, commenting and sharing mainstream news articles on Facebook. **Journalism**, v.24, n.3, 633–653, 2023. <https://doi.org/10.1177/14648849211019895>
- PARKS, P. Joy is a News Value, **Journalism Studies**, v.22, n.6, p. 820-838, 2021. DOI: 10.1080/1461670X.2020.1807395
- PARKS, Perry. Naturalizing Negativity: How Journalism Textbooks Justify Crime, Conflict, and ‘Bad’ News. **Critical Studies in Media Communication**, v.36, n.1 , p.75–91, 2019.
- RIEGERT, Kristhina. Negotiating Boundaries in a Changing Media Ecosystem: The Case of Swedish Cultural Journalism, **Journalism Studies**, v.22, n.4, p.418-434,2021. DOI: 10.1080/1461670X.2021.1877180
- PEREIRA, F. H. As notícias como prática coletiva e convencional: a abordagem beckeriana aplicada aos estudos do jornalismo. **Revista Observatório**, [S. l.], v. 4, n. 4, p. 389–419, 2018. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p389.
- SEARLES, K.; BANDA, K. K. But her emails! How journalistic preferences shaped election coverage in 2016. **Journalism**, v.20, n.8, p.1052–1069, 2019. <https://doi.org/10.1177/1464884919845459>
- SEIXAS, Lia. Redefinindo os gêneros jornalísticos. Proposta de novos critérios de classificação. Portugal: LabCom Books, 2009.
- SEIXAS, Lia.; Borges, Jussara. Do que se trata noticiabilidade. *Intexto*, 38(1), 157-172, 2017.
- SEIXAS, Lia. VALORES NOTÍCIA: uma proposta de análise. *Revista Observatório*, v. 4, n. 4, p. 334–366, 2018. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p334
- SHOEMAKER, P.; REESE, S. **Mediating the message: theories of influences on mass media content**. New York: Longman, 1996.
- SHOEMAKER, Pamela J. e COHEN, Akiba. *News around the world: Practitioners, Content, and the Public*. New York: Routledge, 2006.



SILVA, G. A engrenagem da noticiabilidade no meio do redemoinho. **Revista Observatório**, [S. l.], v. 4, n. 4, p. 308–333, 2018. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p308.

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

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

SILVA, M.P. Entre a narração do cotidiano e o cotidiano da narração: uma análise da noticiabilidade como categoria cognitiva nas rotinas jornalísticas. In: Encontro da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 14, 2016, **Anais[...]** Palhoça: Unisul, 2016.

TANDOC, E. C. (2018). Five ways BuzzFeed is preserving (or transforming) the journalistic field. **Journalism**, 19(2), 200–216. <https://doi.org/10.1177/1464884917691785>

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

TRILLING, D., TOLOCHKO, P.; Burscher, B. From Newsworthiness to Shareworthiness: How to Predict News Sharing Based on Article Characteristics. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v.94. n.1, p.38–6, 2017. <https://doi.org/10.1177/1077699016654682>

VIZEU, A.; LEITE, F. Decidindo o que é notícia: 20 anos depois. **Revista Observatório**, [S. l.], v. 4, n. 4, p. 284–307, 2018. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p284.

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