

NOTICIABILIDADE

- Conjunto de critérios, operações e instrumentos (entre eles o Manual de Redação) para escolher entre inúmeros fatos uma quantidade limitada de notícias.
- A NOTICIABILIDADE é negociada na REDAÇÃO por repórteres, editores, diretores e outros autores do processo produtivo.

Critérios de noticiabilidade – o que transforma um fato em notícia

Notoriedade –quanto maior for a celebridade ou importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no acontecimento.

Proximidade – Tanto a geográfica como a cultural. Quanto mais próximo ao leitor, maior o valor-notícia. No entanto, por fatores econômicos, políticos ou culturais, a proximidade geográfica é distorcida. Assim, Bagdá está mais próximo do Brasil do que Quito.

Relevância – Capacidade do acontecimento de ter impacto sobre as pessoas ou o país.

Novidade – Acontecimentos mais novos têm maior valor-notícia. A primeira vez é sempre mais importante para a tribo jornalística.

Atualidade – uso de ganchos para falar sobre determinado acontecimento.

Efemérides – aniversários, datas comemorativas como os 80 anos da primeira Copa, os 100 anos do 14-Bis, os 5 anos do 11 de setembro, dia da criança, etc.

Notabilidade – acontecimentos visíveis ou tangíveis têm mais valor-notícia. Uma greve operária é mais tangível do que as condições de trabalho de uma classe. A cobertura jornalística está mais voltada para acontecimentos do que para problemáticas.

Inesperado – acontecimentos que surpreendem a expectativa da comunidade jornalística. São os mega-acontecimentos.

Conflitos e controvérsias – a presença da violência fornece mais valor-notícia. Para o pesquisador Nelson Traquina, na prática, o uso da violência representa a quebra do que é normal. Na mesma de raciocínio estão **infração** e **escândalos**, que também reforçam a mítica do jornalista como cão de guarda das instituições.

Simplificação – quanto menos ambíguo, maior noticiabilidade.
O dever do jornalista seria escrever de forma mais simples.

Amplificação – quanto mais amplificado o acontecimento, mais possibilidade de notar a notícia. O jornalista amplifica ao escrever títulos como “Brasil chora a morte de Covas”.

Personalização – O jornalista valoriza as pessoas envolvidas no acontecimento e valorizam o fator “pessoa” como forma de agarrar o leitor.

Dramatização – O jornalista reforça o lado dramático dos acontecimentos.

Consonância – O jornalista insere novidades num contexto ou numa história já conhecida para facilitar a compreensão pelo público.