

NOTICIABILIDADE E O COMPARTILHAMENTO NO FACEBOOK: CRITÉRIOS DE COMPARTILHABILIDADE NO BRASIL, ESTADOS UNIDOS E CANADÁ

XIII Encontro de Pesquisa e Pós-Graduação

Ana Beatriz Leite de Souza, Diogenes Lycario Barreto de Sousa

As redes sociais têm desempenhado um papel de crescente importância no fluxo de notícias. Em meio a diversos produtores de conteúdo e à mediação algorítmica, o fluxo nessas plataformas é potencializado por usuários comuns, que compartilham conteúdos jornalísticos através de seus perfis pessoais. Com base na teoria da noticiabilidade, surge uma gama de pesquisas acerca dos critérios que podem ajudar a prever os padrões de compartilhamento do público, isto é, os critérios de compartilhabilidade (TRILLING; TOLOCHKO; BURSCHER, 2017), e de que forma eles se manifestam em diferentes contextos. Esta pesquisa de mestrado investiga os efeitos dos critérios de noticiabilidade no compartilhamento de notícias no Facebook, em uma perspectiva comparativa entre Brasil, Estados Unidos e Canadá, países com diferentes níveis de estabilidade política. Para este fim, realizamos uma análise de conteúdo das notícias publicadas no Facebook, durante uma semana contínua de 2016 (n=1658), pelos dois veículos com maior número de seguidores de cada país. Eles são G1 e Veja (Brasil), Fox News e The New York Times (EUA), Global News e CBC News (Canadá). A partir da concepção de noticiabilidade de Eilders (2006) e do Estado da Arte traçado a partir das pesquisas empíricas sobre este fenômeno publicadas nas últimas duas décadas, levantamos seis hipóteses acerca dos efeitos dos critérios de sucesso, dano, controvérsia/conflito, influência, proeminência e proximidade nos compartilhamentos, e das diferenças esperadas entre os países. Apresentamos uma descrição preliminar dos resultados da análise estatística. Uma interpretação mais apurada permitirá observar os efeitos individuais dos critérios no padrão de compartilhamentos e como eles se apresentam em cada um dos países.

Palavras-chave: compartilhamento de notícias. redes sociais. Facebook. critérios de noticiabilidade.