



XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã

de 08 a 10 de outubro 2025
Universidade Federal do Tocantins

CORRESPONDENTE DA CHOQUEI: Estudo de caso sobre o conceito de notícias líquidas nas plataformas de redes sociais¹

Yuri Felipe Sousa - Universidade Federal do Tocantins

RESUMO

O objetivo deste trabalho é mapear as escolhas de conteúdo feitas pelo perfil Choquei no Instagram a fim de compreender sua relação com os valores-notícia, a partir do conceito de notícia líquida. Para tanto, foi feito um levantamento bibliográfico sobre os assuntos e um levantamento do conteúdo do perfil durante dois finais de semana no ano de 2023. Também foi utilizada uma tabela de sistematização criada por meio de Análise de Conteúdo para investigar os valores-notícia e os formatos de mídia. O resultado aponta que o perfil Choquei, habilmente, utilizou as ferramentas disponíveis na plataforma para melhorar seu alcance, adaptando-se à dinâmica contemporânea e capitalizando seu conteúdo. Percebeu-se que há o espalhamento de conteúdo produzido por perfis jornalísticos, por meio do perfil do Choquei, o que reforça o conceito de notícia líquida, mas que são acionadas estratégias que salvaguardam as estratégias financeiras do perfil. Por fim, notou-se, também, que mesmo as postagens não oriundas de perfis jornalísticos correspondiam aos valores-notícia tradicionais. Ao analisar o crescimento de perfis como o Choquei, há contribuição significativa para desvendar as interações entre demandas da audiência, características da plataforma e princípios jornalísticos.

PALAVRAS-CHAVE: Notícias líquidas. Valores-notícia. Instagram. Choquei. Análise de Conteúdo.

1 INTRODUÇÃO

Os perfis de fofoca têm desempenhado um papel relevante na disseminação de informações e na moldagem da opinião pública ao veicular notícias e definir a agenda de tópicos de interesse geral, como política, economia, saúde, educação, entre outros. Um exemplo é o perfil Choquei, que teve início como uma página de entretenimento, especializada em fofocas de celebridades, que foi criada em 2014 e já reúne mais de 26 milhões de seguidores, exclusivamente, na plataforma de mídia social Instagram¹².

Esse perfil integra a estrutura da empresa “Mynd”, uma organização especializada nos domínios da música, entretenimento e cultura digital. Além disso, desempenha um papel

¹ Trabalho apresentado no GT1 – Meios e Processos de Comunicação para a Cidadania da **XIX Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2025**, realizada de 08 a 10 de outubro de 2025, na Universidade Federal do Tocantins, Palmas-TO.

² Informações coletadas em 22/07/2025.

significativo no projeto denominado “Banca Digital”. O proprietário do perfil é o fotógrafo goiano Raphael Sousa e a Choquei é reconhecida como uma das maiores iniciativas em sua área de atuação.

Ao fazer a cobertura sobre a Guerra da Ucrânia, o perfil furou a bolha do entretenimento e se tornou um dos mais ativos e seguidos das redes sociais, sobretudo do Instagram. Seu diferencial foi a difusão das informações ao público de maneira rápida e simples, diferentemente dos veículos jornalísticos consolidados, que apresentavam dificuldades na distribuição e divulgar as informações e a cobrança de valores para consumir as notícias (Terra, 2022)³. Outro diferencial é o *feed*, que aposta em postagens no formato de “captura de tela”, reproduzindo notícias previamente publicadas por outras fontes de informação e acompanhado por uma legenda que estimula o leitor a participar das discussões propostas.

Assim, a abordagem e o modo de trabalho adotados pelo perfil se alinham com o conceito de “jornalismo líquido”, expressão referente aos “fluxos noticiosos que emergem entre sites diversos, muitos dos quais extrapolam as redações institucionais, mas que realmente se inserem no circuito noticioso” (Rublescki; Silva, 2011, p. 119).

O objetivo desta pesquisa é mapear as escolhas de conteúdo feitas pelo perfil Choquei no Instagram, visando compreender a relação dessas escolhas com os valores-notícia, a partir do conceito de notícia líquida. Isso implica em investigar como e por que certos tipos de conteúdo são selecionados para serem compartilhados nesse perfil. Portanto, o questionamento norteador do problema de pesquisa é: Como essas escolhas estão alinhadas com os valores-notícia?

Ao longo da análise, foram utilizadas as tabelas de valores-notícia, proposta por Silva (2005), e de mídias, desenvolvida por Assis (2021), oferecendo um olhar mais detalhado sobre as escolhas de conteúdo do perfil em questão. A proeminência e o entretenimento/curiosidade emergiram como os critérios mais recorrentes nas postagens, evidenciando a tendência de valorização de figuras públicas e eventos de grande repercussão.

Adicionalmente, a identificação dos perfis mais referenciados no contexto das postagens revelou a presença recorrente de veículos jornalísticos como o Metrôpoles, destacando-se por sua abordagem equilibrada entre assuntos sérios e de entretenimento, o que contribuiu para sua frequente vinculação nos conteúdos do Choquei. A análise também apontou para a utilização estratégica de recursos visuais, como fotomontagens, para garantir a identidade visual reconhecível das postagens do perfil Choquei, ampliando, assim, a disseminação do conteúdo.

A estratégia de vinculação de perfis, mesmo sem acordos publicitários, evidenciou a

³ Informações disponíveis em:

<https://www.terra.com.br/diversao/gente/famosos-em-redes-sociais/de-subcelebridade-a-figuras-da-politica-choquei-ou-referencia-de-noticias-na-web.fc8a5eac3d9286edb441b8733dd98528yi4lvtl.html>

capacidade do perfil Choquei de se adaptar às dinâmicas das redes sociais para se beneficiar dessas interações, mantendo sua presença e engajamento sem comprometer os princípios do jornalismo líquido.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial deste estudo apoia-se em autores que discutem as transformações contemporâneas do jornalismo, da comunicação digital e das redes sociais. Bauman (2001) fundamenta o conceito de modernidade líquida, essencial para compreender a fluidez informacional nas plataformas digitais. Recuero (2009; 2017) contribui com reflexões sobre redes sociais on-line, circulação de sentidos e curadoria digital, enquanto Boyd e Ellison (2007) oferecem definições fundamentais sobre sites de redes sociais. Complementam-se a esse quadro autores como Silva (2005), ao tratar dos critérios de noticiabilidade; Rublescki (2011), com o conceito de jornalismo líquido; Assis (2021), ao analisar o jornalismo efêmero nas plataformas; e Traquina (2008), ao debater o papel da tribo jornalística e os efeitos das notícias no cenário informacional contemporâneo. Também se destacam as contribuições de Sibilia (2008), sobre a exposição do eu nas redes, e de Debord (1991), com sua crítica à espetacularização da vida cotidiana.

3 METODOLOGIA

A metodologia baseia-se na Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), e segue uma abordagem quanti-qualitativa. Essa técnica possibilita a interpretação observacional de fenômenos comunicacionais, sendo particularmente útil em investigações sobre meios digitais. O corpus da pesquisa foi composto por 212 postagens do feed do perfil Choquei, publicadas nos dias 12 e 13 de agosto e 16 e 17 de setembro de 2023, coletadas por meio de capturas de tela no layout desktop, respeitando a integridade das informações essenciais (data, legenda, perfil referenciado).

A análise foi sistematizada em uma tabela que contempla variáveis como texto no card, legenda, hashtags, perfil referenciado, se o perfil era jornalístico ou não, valores-notícia (Silva, 2005), tipo de mídia utilizada e link de origem. Essa etapa corresponde à fase de investigação do material, uma das três fases propostas por Bardin (2011), juntamente com a pré-análise e a interpretação dos resultados. As categorias de análise foram pensadas para mapear as estratégias de seleção do perfil Choquei e compreender sua relação com os valores-notícia tradicionais, articuladas ao conceito de jornalismo líquido. A metodologia adotada permitiu entender como a curadoria de conteúdo nas redes sociais dialoga com práticas jornalísticas contemporâneas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados revelaram que o perfil Choquei realizou uma curadoria intensiva de conteúdos, com média de 53 postagens diárias, e reproduzia tanto material de origem jornalística quanto de perfis voltados ao entretenimento. Durante a análise, foi possível mapear a presença dos valores-notícia, com destaque para “proeminência” (114 ocorrências) e “entretenimento/curiosidade” (111 ocorrências), o que evidencia a centralidade de celebridades e conteúdos leves na linha editorial do perfil.

Entre os perfis mais linkados estavam páginas jornalísticas como Metrôpoles, Folha de S. Paulo e Estadão, sinalizando uma reutilização de conteúdo informativo já validado por veículos tradicionais, mesmo que sem o aprofundamento típico da reportagem. A análise das mídias acionadas indicou predominância de fotomontagens (60,8%), seguidas por postagens com foto e vídeo (38,2%), reforçando a estética visualmente apelativa da plataforma. A atuação do Choquei exemplifica o conceito de notícia líquida ao adaptar-se às lógicas algorítmicas do Instagram, promover o espalhamento de informações e preservar, ainda que superficialmente, os critérios tradicionais de noticiabilidade em um ambiente voltado ao engajamento.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho buscou mapear as escolhas de conteúdo feitas pelo perfil Choquei no Instagram, visando compreender a relação dessas escolhas com os valores-notícia, a partir do conceito de notícia líquida. A estratégia de vinculação de perfis, ainda que não esteja necessariamente amparada por acordos publicitários, evidencia a habilidade do perfil Choquei em adaptar-se às lógicas e dinâmicas próprias das redes sociais. Tal prática demonstra um uso estratégico das ferramentas da plataforma para ampliar seu alcance e engajamento, ao mesmo tempo em que preserva os fundamentos do jornalismo líquido, marcado pela fluidez, reconfiguração constante e circulação não linear da informação.

O estudo abre perspectivas para futuras investigações, como a análise de legendas e conteúdos textuais, para distinguir soft news e hard news conforme o conceito de infotainment (Dejavite, 2007). Ao analisar o crescimento de perfis como o Choquei, há contribuição significativa para desvendar as interações entre demandas da audiência, características da plataforma e princípios jornalísticos, esperando-se que a pesquisa sirva de base para futuras investigações.

Referências

- ASSIS, I. P. **Notícias autodestrutivas: jornalismo no Snapchat e Stories do Instagram**. Florianópolis: Editora Insular, 2021.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001.
- BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v.1, n.13, p.74, 2007
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. 1991. Disponível em: <<https://www.marxists.org/portugues/debord/1967/11/sociedade.pdf>>. Acesso em: 1 dez. 2023.
- DEJAVITE, Fábila Angélica. **A Notícia light e o jornalismo de infotainment**. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom: Santos-SP, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1472-1.pdf> . Acesso em: Setembro
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- RECUERO, Raquel. **Introdução à análise de redes sociais online**. 2017. Disponível em: <https://repositoriohml.ufba.br/bitstream/ri/24759/4/AnaliseDeRedesPDF.pdf> . Acesso em: 1 dez. 2023.
- RUBLESCKI, Anelise. **Jornalismo líquido: mediação multinível e notícias em fluxos**. 2011. Disponível em: <https://acervoapi.paulofreire.org/server/api/core/bitstreams/7820d5a3-fe85-4695-a7dc-ab313a013868/content> . Acesso em: 1 dez. 2023.
- SILVA, Gislene. **Para pensar os critérios de noticiabilidade**. *Estudos em jornalismo e mídia*, v. 1, pág. 95-107, 2005.
- SIBILIA, Paula. **O show do eu**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. Disponível em: <http://objdig.ufrj.br/30/teses/686522.pdf> . Acesso em: 1 dez. 2023.
- TRAQUINA, N. (2008). **Teorias do jornalismo. A tribo jornalística: uma comunidade transacional**. vol. 2, 2 ed., Florianópolis: Editora Insular.