

Jornalismo de rede social: uma análise de conteúdo da página Choquei sob perspectiva do sensacionalismo

Social media journalism: a content analysis of the Choquei page from the perspective of sensationalism

Lívia Santos de OLIVEIRA¹

Aline Pinto LUZ²

Resumo

No atual contexto digital, a presença de veículos de notícias não convencionais, frequentemente identificados como portais de fofocas, desafia as normas do jornalismo. Este artigo direciona seu foco para a página "Choquei", reconhecida por sua popularidade online, questionando se é um perfil que apresenta sensacionalismo das notícias ou não. O objetivo principal consiste em analisar o teor sensacionalista do conteúdo e as estratégias empregadas para cativar o público. A pesquisa, de natureza qualitativa e quantitativa, visa identificar padrões e características do sensacionalismo, avaliar técnicas de engajamento, como o clickbait, agenda setting e verificar a presença de fontes nas publicações. A análise abrangerá um monitoramento aleatório das postagens da página no período de 1º de outubro de 2023 a 1º de novembro de 2023. Antecipadamente, é possível dizer que boa parte das notícias avaliadas têm características sensacionalistas e ausência de fontes.

Palavras-chave: Sensacionalismo. Clickbait. X. Choquei.

Abstract

In the current digital context, the presence of unconventional news outlets, often identified as gossip portals, challenges journalism norms. This article directs its focus to the page "Choquei", recognized for its online popularity, questioning whether it is a profile that presents news sensationalism or not. The main objective is to analyze the sensationalist content of the posts and the strategies used to captivate the public. The research, qualitative and quantitative in nature, aims to identify patterns and characteristics of sensationalism, evaluate engagement techniques, such as clickbait, agenda setting and verify the presence of sources in publications. The analysis will cover random monitoring of the page's posts from October 1, 2023 to November 1, 2023. In advance, it is possible to say that much of the news evaluated has sensationalist characteristics and lacks sources.

Keywords: Sensationalism. Clickbait. X. Choquei.

¹ Graduanda em Comunicação Social - Jornalismo pela UniFTC. E-mail: livia.oliveira3@ftc.edu.br

² Mestre em Comunicação Social e docente da UniFTC. Email: apluz.vic@ftc.edu.br

Introdução

Com a grande potência da internet, que a cada dia ganha mais volume e informações, até mesmo fortalecida pela globalização, mais pessoas estão tendo contato com todo tipo de conteúdo e, mais ainda, notícias e informações.

Inseridos nesse ambiente, temos o costume de nos arrastar pela mídia que transforma o comportamento, pensamentos, percepção, sensação e inclusive a vida do próprio indivíduo (HAN, 2018, p. 10). A imersão do digital, que mistura mundos, acaba por deixar passar despercebido comportamentos de veículos de notícias que venham a ser sensacionalistas.

O sensacionalismo anda colado com a indústria de entretenimento digital, sendo inclusive decorrente dos caminhos percorridos pela sociedade do espetáculo. A prática contemporânea de criar conteúdos que visem distrair, arrancar gargalhadas ou trazer uma polêmica acerca de um assunto, cria não só uma maior proximidade com o público que consome a informação publicada em perfis na internet, como também torna a informação um elemento com menos enfoque, dando mais ênfase nas sensações que querem causar no público.

Guy Debord (2003, p.14) afirma que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens”. O foco principal são as pessoas, o que vão fazer, o que têm a dizer e o que noticiar causa à população. Neste cenário digital, podemos ter contato com veículos de notícias que promovem um Jornalismo não necessariamente convencional, muitas vezes sendo portais de fofocas que têm milhões de seguidores e fazem de tudo pelo engajamento através do sensacionalismo.

Há páginas de redes sociais, como no Instagram e no X, antigo Twitter, que potencializam a espetacularização das notícias. Esses perfis criados na base do divertimento criam um aglomerado não só de desinformação, mas também em como a sociedade vai portar perante determinada polêmica e inclusive situações apelativas com base em *clickbait*, também conhecido como caça-clique ou isca de cliques. Segundo Tchilian (2021), é uma forma de propaganda enganosa, pois muitos sites, arquivos, vídeos e afins recebem títulos exagerados e fotos apelativas que nos causa uma quebra de expectativa quando temos de fato contato com o conteúdo não condizente com tamanho ênfase e destaque visto na primeira impressão.

Uma das páginas que fazem sucesso na internet com seu engajamento e número de seguidores é a Choquei, que traz publicações diárias e nem todos apresentam teor jornalístico. Com isso, o artigo foi pensado com base no seguinte questionamento: a página é uma fonte de notícias sensacionalista? Por este motivo, o principal objetivo deste artigo é analisar se o conteúdo tem caráter sensacionalista e o que costuma fazer para captar ainda mais o público. Para isso, as características trazidas por Pedroso (1994) serão a base teórica da análise.

No contexto dessa revolução digital, a análise do perfil do X ganhou destaque como um campo de pesquisa essencial. A análise oferece insights sobre as atividades da página e seus padrões e não apenas contribui para a compreensão de um perfil de notícias online, mas também desempenha um papel crítico no que diz respeito à ética e também ao marketing, por exemplo.

Neste artigo, exploramos a análise da página como um instrumento para compreender as notícias que estão inseridas nas redes sociais. O foco será uma pesquisa qualitativa que visa alcançar objetivos como identificar padrões de sensacionalismo, examinar o uso de técnicas para atrair o público e verificar a presença de fontes das notícias e também quantitativa, referindo a quantas publicações se encaixam nessas características.

A compreensão maior do perfil não apenas lançará luz sobre a como as páginas de notícias se movimentam online, mas também contribuirá para uma maior conscientização da população acerca dos conteúdos que consomem.

O sensacionalismo e seus impactos

O sensacionalismo veio da “imprensa marrom” ou “imprensa amarela”, que faz jus aos jornais do século XIX que utilizavam táticas como ênfase em escândalos e histórias sensacionalistas, uso de manchetes atraentes, forte dependência de ilustrações e manipulação da opinião pública. Angrimani (1995, p. 16), aponta que o “sensacionalismo é a produção de noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato. Em casos mais específicos, inexistente a relação com qualquer fato e a “notícia” é elaborada como mero exercício ficcional”.

O sensacionalismo prioriza o uso de conteúdo exagerado, dramático ou emocionalmente carregado para atrair a atenção do público, às vezes às custas da precisão e da imparcialidade. O fenômeno é comumente associado a manchetes

exageradas, relatos de eventos e a exploração de tragédias ou escândalos para aumentar o interesse público. Ele pode ocorrer em diferentes meios de comunicação, como jornais, programas de televisão, rádio e mídia online, e é frequentemente criticado por distorcer a realidade. Segundo Angrimani (1995), a credibilidade é discutível em noticiário sensacionalista e a inadequação das informações podem ocorrer entre manchete, foto e texto; manchete e foto; texto e foto; manchete e texto.

“Isto porque a manchete, dentro da estratégia de venda de uma publicação que adotou o gênero sensacionalista, adquire uma importância acentuada. A manchete deve provocar comoção, chocar, despertar a carga pulsional dos leitores. São elementos que nem sempre estão presentes na notícia e dependem da “criatividade” editorial” (ANGRIMANI, 1995, p.16).

Já de acordo com Pedroso (1994), a produção de um do discurso informativo que é sensacionalista está ligado a certas características. Algumas delas são a tendência a dar destaque a um “aspecto insignificante e duvidoso dos acontecimentos”, assim como “acréscimo de aspectos dos acontecimentos”. Repetições, discurso motivados, avaliativo e despolitizado também se fazem presente, além de difundir os limites do real e do imaginário.

“A) variedade na apresentação gráfica. b) exploração de estereótipos sociais. c) valorização da emoção em detrimento da informação; d) exploração do caráter extraordinário e vulgar dos acontecimentos; e) adequação ideológica às condições culturais, políticas e econômicas das classes populares; f) exploração exacerbada do caráter singular dos acontecimentos;”, (PEDROSO, 1994, p.47).

Na exploração a aspectos extraordinários, ele traz que se refere ao fascínio em trazer coisas que apenas acontecem com as classes populares, sendo o “tabu, o trágico, o sádico”. Enquanto o ato de exacerbar o caráter singular dos acontecimentos está ligada ao destaque com acréscimos ou diminuição de conteúdos da notícia, sendo visuais, linguísticos e ideológicos com uso da repetição.

Pedroso (1994) também pontua que com essas características o discurso sensacionalista é elaborado com base em “fait divers”, se traduz literalmente para "fato diverso" e refere-se a notícias ou acontecimentos variados e, muitas vezes, triviais. Elas envolvem eventos do cotidiano, curiosidades, incidentes menores ou eventos incomuns que não se enquadram nas categorias tradicionais de notícias, como política ou

economia. São os típicos conteúdos pitorescos, usados para entretenimento e preencher espaços em jornais.

Mesmo com essas características, há quem consome e/ou confia em veículos sensacionalistas, assim como também há pessoas que consomem pelo entretenimento. No entanto, em alguns casos, os leitores podem confundir notícias sensacionalistas com fontes confiáveis, sem perceber que essas fontes frequentemente exageram ou deturpam informações.

A era clickbait do sensacionalismo

Atualmente, sobretudo no ambiente virtual, uma das principais ferramentas de sensacionalismo é o clickbait ou isca de cliques. Ela refere-se à prática de criação de conteúdo online sensacional ou enganoso, como manchetes, miniaturas de vídeo ou descrições, com o objetivo principal de atrair atenção e gerar cliques, visualizações ou engajamento em um site, plataforma de mídia social ou outra mídia digital. Clickbait muitas vezes exagera ou sensacionaliza as informações e até tende a ser enganoso para induzir os usuários a clicar no conteúdo. Essas iscas são criadas para chocar, emocionar, amplificar assuntos polêmicos, narrativas enganosas, propagar o viral e também o julgamento precipitado.

Uma das suas características é o apelo emocional que causa polarização. Segundo Christofolletti (2018), a estratégia de chamar atenção do público e seus interesses com títulos apelativos não é nova, mas no ambiente virtual é potencializado.

“Em tempos de internet e redes sociais, o recurso alargou seus limites, recebendo fortes impulsos em novas dinâmicas, sendo também chamado de clickbait. Na maior parte das vezes, as ações para caçar cliques atendem a interesses comerciais, enaltecendo marcas, produtos e causas, valendo-se da confusão dos sentidos do público, o que colide de frente com princípios éticos do jornalismo e sua função de bem informar as audiência” (CHRISTOFOLETTI, 2018, p.12)

Segundo Zhou (2017) o clickbait pode ser negativo para os leitores. Os tweets com clickbait omitem informações importantes e trazem informações exageradas e enganosas. No caso do X, a questão tem mais impacto, afinal as postagens não podem ultrapassar 280 caracteres e até quatro arquivos de mídia (sendo imagens estáticas, e vídeos; em caso de Gif, apenas um). Então quando se inclui algo para chamar atenção do público, acaba deixando um pouco de lado o teor informativo.

“Clickbait atrai impactos negativos em leitores, editores e também em sites de mídia social. Primeiro, desperdiça o tempo dos leitores, deixando-os decepcionados e irritados. Em segundo lugar, prejudica a reputação dos editores, pois viola os códigos gerais de ética do jornalismo. Terceiro, o tráfego dos sites de mídia social será afetado negativamente se ficar obstruído com conteúdo de baixa qualidade e estereotipado para atrair cliques” (ZHOU, 2017, p.1)

Já de acordo com Bazaco, Redondo e Sánchez-García (2019), é um fenômeno que recorre a conteúdos pseudojornalísticos com visão econômica e comercial, assemelhando-se ao marketing. Um dos tópicos que os autores abordam é o hábito de exagerar ou dar ênfase a alguma informação não necessariamente relevante. “Às vezes, letras maiúsculas e sinais de exclamação ou admiração são usados para reforçar o significado enfático das palavras e simular a expressividade da linguagem oral” (Bazaco, Redondo e Sánchez-García; 2019, p.100), assim como comumente vemos emojis e imagens editadas.

A agenda setting no sensacionalismo

Agenda setting é o processo pelo qual os meios de comunicação de massa influenciam a importância que o público atribui a determinados temas, questões ou problemas. A mídia tem o poder de definir quais tópicos são considerados relevantes, moldando a agenda pública e influenciando a percepção das pessoas sobre o que é importante na sociedade. Isso pode ser feito ao dar destaque a certos assuntos, repeti-los com frequência ou fornecer uma cobertura mais extensa.

“Os temas midiáticos se tornam o assunto do dia a dia do público. O foco não é a forma como os mass media fazem as pessoas pensarem, mas sim no que eles fazem essas pessoas pensarem. Os meios de comunicação de massa causam um agendamento. A visão de mundo dos indivíduos provém da agenda estipulada pelos mass media.” (CORDEIRO, COSTA, ARAÚJO; 2017, p.79)

Os meios de comunicação têm o poder de influenciar a percepção pública ao dar destaque a certos tópicos, eventos ou personalidades, moldando a agenda pública de acordo com seus interesses e audiência. Alguns assuntos importantes são deixados de lado ou são pano de fundo para contextualizar uma notícia cuja relevância é duvidosa. Ramónet (2003, p.25), aponta que no caso de sensacionalismo, “as leis do

entretenimento regem as exigências e o rigor da informação”. Com isso, é possível compreender que a agenda setting em veículos sensacionalistas é moldada pela busca de audiência e lucro, o que pode resultar em uma cobertura jornalística que não reflete completamente a realidade ou as prioridades informativas.

“As notícias leves (eventos, esporte, notas finais felizes, anedotas...) são muitas vezes mais importantes do que as notícias duras (questões políticas, econômicas ou sociais de verdadeira gravidade). E a fragmentação sutil dos acontecimentos atuais em um mosaico de fatos separados de seu contexto tem como principal objetivo distrair, entreter a partir do acessório” (RAMÓNET, 2003, p.25).

O que pode-se perceber nesses veículos muitas vezes é uma mistura de conteúdos em que os mais polêmicos ganham destaque. O que pode deixar o leitor confuso sobre aquela página ser de notícias ou entretenimento. Ao trazer pautas mais “leves”, utiliza-se deste mecanismo para não só chamar atenção do público, mas também engajar acerca do tema. Eles também podem simplificar histórias complexas para torná-las mais acessíveis ao público em geral. Isso, no entanto, pode levar a uma compreensão superficial dos problemas e eventos.

Metodologia

Os métodos escolhidos para a pesquisa são uma análise qualitativa com base nas características do sensacionalismo e quantitativa, que traz quantas postagens analisadas se encaixam numa perspectiva sensacionalista, incluindo o uso de clickbait para atrair o público, além de verificar a agenda setting através dos conteúdos publicados pelo perfil.

A página escolhida para a análise foi a Choquei devido a sua quantidade de seguidores, que chegam a 6,7 milhões de seguidores no X em outubro de 2023. Embora a página do Instagram tenha mais seguidores, cerca de 21 milhões no mesmo período, o X permite discussão entre a comunidade com o conteúdo, uma vez que é possível publicar respostas com citação, responder as postagens e criar fios com uma discussão mais branda sobre um determinado assunto.

Na imprensa, uma análise de conteúdo é crucial para compreender padrões, tendências e viés presentes nas notícias. Segundo BARDIN (2000), que traz técnicas para extrair significados, identificar padrões e interpretar dados de maneira objetiva, há dois tipos de análises que coexistem, que são “quando o analista se dedica a um domínio da investigação, ou a um tipo de mensagens pouco exploradas, onde faltam ao

mesmo tempo a problemática de base e as técnicas a utilizar, Neste caso, as duas funções interactivam, reforçando-se uma à outra. À análise «às cegas» — aplicando de maneira quase aleatória (pelo método de tentativas e erros)”.

Seguindo essa técnica, a análise utilizada no artigo será aleatória e feita através de um monitoramento aleatório em relação às postagens feitas pela página de 1º de outubro de 2023 a 1 de novembro de 2023. Ao todo, são 25 postagens a serem avaliadas, que serão quantificadas em termo de apresentar alguma característica. Algumas variáveis serão levadas em conta, como número de seguidores e tipo de conteúdo. Como as postagens contém imagens, elas também serão levadas em consideração, assim como vídeo, se aplicável. Já a análise quantitativa traz dados sobre quantas publicações têm características sensacionalistas e quais apresentam as fontes das notícias.

Figura 1 - Perfil Choquei



Fonte: X

Os critérios a serem avaliados tem como base as características trazidas por Pedroso (1994, p. 48), em que será feito a identificação dos elementos trazidos pelo autor, dentre eles a “valorização da emoção em detrimento da informação, exploração do caráter extraordinário e vulgar dos acontecimentos, adequação ideológica às condições culturais, políticas e econômicas das classes populares, exploração exacerbada do caráter singular dos acontecimentos e destaque do aspecto insignificante e duvidoso dos acontecimentos”. Na análise, as publicações foram separadas numa planilha. Caso se encaixasse, cada uma foi marcada como associada a alguma

característica do sensacionalismo trazida pelo autor. Outro indicador é o da presença ou não de fonte na publicação.

Resultados e discussão

Choquei é uma conta nas redes sociais criada por Raphael Sousa Oliveira em novembro de 2014. Atualmente, está presente tanto no X, quanto no Instagram. O perfil surgiu como hobby de Raphael no Instagram, quando ainda era vendedor de chips da Tim. Com foco em celebridades e entretenimento, o site passou a abordar assuntos mais amplos no período da eleição de 2022. De acordo com o artigo “CHOQUEI, COMPANHEIRO” publicado no portal da revista Piauí em 2022 e escrita por João Batista Jr., a publicação no Instagram na página noticiando a vitória de Lula teve mais de 1,3 milhão de curtidas e 79 mil comentários. Já no X, a mesma postagem teve 286 mil curtidas. Ainda nessa época, a Choquei ganhou 160 mil novos seguidores no X e outros 60 mil no Instagram, todos no dia do segundo turno da eleição.

Essa entrada na política fez com que a página passasse a noticiar também temas de geopolítica. Em fevereiro de 2022, se popularizou ainda mais por fazer cobertura da guerra da Ucrânia e da Rússia. Vídeos, imagens e relatos foram trazidos pela página que não tinha costume de publicar assuntos do tipo. Além disso, a página também trouxe assuntos como os conflitos de Israel e Palestina em 2023.

Das 25 publicações analisadas da página publicadas em outubro de 2023, 14 delas se encaixam em alguma característica trazida por Pedroso (1994) como frequente em discursos sensacionalistas. Dentre essas postagens, as características mais recorrentes foram o destaque a aspectos insignificantes dos acontecimentos e valorização da emoção em detrimento da informação, uma vez que ambas tiveram 4 postagens cada. Já o caráter duvidoso dos acontecimentos esteve presente em duas.

Uma das publicações que tratam o destaque a aspecto insignificante e duvidoso dos acontecimentos traz o seguinte texto: “ VEJA: Jornalista do ‘Globo News’ faz elogios à Anitta ao vivo”, publicada em 4 de outubro. A mídia traz o vídeo de uma entrevista em que a cantora Anitta recebe elogios de uma jornalista que afirma que ela vende inovação, vende o Brasil para o mundo e que está bonita para o evento. Ao invés de trazer informações sobre o evento o qual a artista estava participando, como o que é e qual o objetivo, que no caso era o Rio Innovation Week, o que foi noticiado foi um

aspecto, um detalhe da entrada de Anitta no evento que não necessariamente tem grande peso na pauta.

O que chama atenção ao navegar pelo perfil é a diversidade de informações apresentadas, como reality shows e celebridades, assim como assuntos políticos, tecnologia e ciência. Algo que se pode observar facilmente e identificar como padrão das publicações é o uso de emojis de sirenes acompanhados por uma palavra em letras maiúsculas que definem o tópico a ser abordado, uma espécie de marcador. As palavras mais frequentes são: AGORA, FAMOSOS, VEJA, GRAVE, porém trazem outros.

O que pode ocorrer com certa frequência é o uso do AGORA como um marcador para assuntos com relevância diferente. Enquanto em algumas publicações pode ser utilizado para questões de saúde ou política, também é utilizado para momentos de reality show e celebridades. Ou seja, independente do assunto e seu nível de importância, é utilizado para chamar atenção do público e assim acessar o conteúdo, logo, trazer mais cliques e visualizações para as postagens. Segundo Pedroso (1994), os jornais que querem obter lucro recorrem ao sensacionalismo das palavras e significados. Com isso, utilizar o “AGORA” para fatos de relevância diferente pode ser o meio de sensacionalizar a palavra e o fato.

Figura 2 - Publicações com marcador “AGORA”



Fonte: X

A agenda setting da página segue o que está em alta e muitas vezes o que irá gerar algum tipo de discussão nos comentários, que consequentemente gera números nas análises da página, mais engajamento e a torna mais popular. Como um perfil não

traz divisão de editorias, as publicações são misturadas, sendo assim comum encontrar publicações de diferentes temas uma atrás da outra, sendo identificadas apenas por esses marcadores (AGORA, FAMOSO, VEJA). A busca por acessos causa certa negligência no agendamento das publicações.

Junto a isso, também foi analisada a presença ou não de fontes das notícias. Das 25 publicações, 15 não apresentam indicação de fontes no texto da postagem, na mídia ou num comentário da página no fio. A postagem, em sua maneira geral, é composta por: uma ou duas imagens, seja do fato, um print da pessoa ou uma foto daquele tema vinda de um banco de dados que não é creditado; ou um vídeo que nem sempre é creditado, um marcador em letras maiúsculas, como pontuadas previamente.

Figura 3 - Publicação sem indicação de fonte



Fonte: X

As informações nem sempre contém um link para um portal de notícias ou uma plataforma em que o público possa saber mais ou ler na íntegra sobre o material. Em suma, a informação é passada por meio das mídias anexadas e das manchetes. Até mesmo em notícias importantes e relevantes, acabam por vezes não trazer a fonte daquela informação, o que pode deixar o internauta em dúvida sobre a veracidade do exposto.

Mirando em causar emoções como humor ou pena, também faz uso de ironias no texto que acompanha a imagem do fato ou celebridades. Numa publicação referente ao Bola de Ouro 2023, utilizaram a palavra "subcelebridade" para se referir ao jogador de futebol Neymar, uma vez que não se destacou na premiação, dando mais destaque ao teor humorístico ou de consolo do acontecimento, pontuada como a característica “valorização da emoção em detrimento da informação”. O alcance da publicação

também é alto, foram 2 milhões de pessoas que viram essa postagem na rede social. De acordo com Pedroso (1994), o uso de gírias ou outros elementos criativos na manchete são trazidos em veículos sensacionalistas para haver maior identificação com as classes populares.



Fonte: X

Entre as características sensacionalistas encontradas na página, não tarda muito a encontrar uma das apontadas por Pedroso (1994), como o “aspecto insignificante e duvidoso dos acontecimentos” e “valorização da emoção em detrimento da informação”. Algumas publicações ou não tem grande relevância, ou foca em algum detalhe de algo relevante para causar algum tipo de mobilização no público, que certamente irá comentar ou retweetar com citação a sua opinião sobre aquilo. Tudo isso se torna números para a página, que cada vez mais cresce.

A exemplo da postagem “🔥 GRAVE: Mulher joga água na casa toda, incluindo teto e parede para tentar se refrescar do calor”, cujo vídeo traz uma mulher molhando cada parte da casa. A página pontua como um caráter extraordinário e essa é uma das características trazida pelo autor Pedroso (1994), e se encaixa no “fato diverso”, que traz trivialidades, além de também trazer a emoção em detrimento da informação, uma vez que seu objetivo principal é gerar revolta, risos, confusão ou surpresa no público na seção de comentários.

As pessoas utilizam memes, piadas ou críticas em relação à pessoa envolvida ou o fato. No entanto, também há pessoas que desconfiam e questionam a veracidade das informações, uma vez que nem todas as postagens trazem fontes e acontece da informação vir incompleta e sem contexto. Como o X permite comentários e uma

interação direta, embora limitada pelos caracteres, os usuários discutem sobre a postagem.

Figura 6 - Público questiona veracidade



Fonte: X

No caso trazido acima, o próprio usuário traz a informação que complementa ou explica melhor a publicação feita pela Choquei, e inclusive menciona ser fake news. O que é possível perceber na postagem é que, em síntese, a página quis trazer a informação mais impactante, embora o usuário traga que não foi bem assim a história. No acompanhamento da página em outubro também foi visto outro caso de publicações com informações falsas.

Figura 7 - Informação falsa



Fonte: X

O próprio X traz uma funcionalidade chamada “Notas da Comunidade”, em que os próprios usuários corrigem alguma informação, completam ou apontam como fake news, também trazendo um link onde podem verificar a veracidade. No caso da Choquei, o público comenta e expõe a falta de veracidade tanto nos comentários quanto nessas notas da comunidade, que aparecem anexadas à postagem toda vez que ela surgir. Isso pode diminuir a confiança e reputação da Choquei.

Considerações finais

Em síntese, ao explorar o perfil da Choquei, destaca-se a diversidade temática que vai desde reality shows e celebridades até questões políticas e científicas. Nota-se um padrão marcante nas publicações, com o uso frequente de emojis de sirenes e palavras em letras maiúsculas como marcadores. A estratégia de seguir temas em alta, gerando discussões nos comentários, impulsiona o engajamento e a popularidade da página. Contudo, a ausência de fontes e a presença de características sensacionalistas, conforme apontado por Pedrosa (1994), levantam questões sobre a confiabilidade e reputação da plataforma.

Como as publicações são do X, a interação limitada pelos caracteres deixa espaço para discussões superficiais, incentivando os seguidores a buscar informações adicionais que muitas vezes não são disponibilizadas pela página. Apesar do crescimento significativo, a presença de publicações com informações falsas pode

levantar preocupações sobre a integridade da Choquei, podendo impactar negativamente sua credibilidade, além de focar em detalhes ou fatos de pouca relevância.

O que seria para facilitar a vida das pessoas, como receber a notícia na Timeline, lhe dá mais trabalho para ter que frequentemente checar a informação em outros veículos e até mesmo na internet. Com isso, não é possível chegar a uma conclusão sobre ser ou não sensacionalista ou uma característica do sensacionalismo que represente a página em geral, afinal existem outras perspectivas, sobretudo relacionada a um fenômeno que impacta a percepção pública. Porém, é possível concluir, portanto, que a compreensão do jornalismo sensacionalista é essencial para um público informado e crítico. Sendo assim, conscientizar-se das estratégias sensacionalistas permite uma participação mais informada na sociedade no ambiente digital.

Referências

ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. Espreme que sai sangue: imprensa sensacionalista - uma colaboração para o estudo do jornalismo, tendo como objeto de pesquisa o jornal Notícias Populares. 1993. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993. . Acesso em: 5 out. 2023.

BARDIN, L.; LUÍS ANTERO RETO; AUGUSTO PINHEIRO. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2000.

BAZACO, Ángela; REDONDO, Marta; SÁNCHEZ-GARCÍA, Pilar. Clickbait as a strategy of viral journalism: conceptualisation and methods. Revista Latina de Comunicación Social, Valladolid, Espanha, v. 74, p. 94-115, 2019. Disponível em: <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/download/264/243/1055>. Acesso em: 20 out. 2023.

CHOQUEI. AGORA: Aeronave presidencial levará alimentos para brasileiros que estão em Gaza. Disponível em: <<https://twitter.com/choquei/status/1719080082956820707?s=20>>. Acesso em: 5 nov. 2023.

CHOQUEI. AGORA: Neymar publica reflexão antes de ir dormir após mais uma traição revelada. Disponível em: <<https://twitter.com/choquei/status/1719141183249698860?s=20>>. Acesso em: 5 nov. 2023.

CHOQUEI. AGORA: Plataforma de conteúdo adulto congela 100% dos lucros de Mia Khalifa após ela declarar publicamente o seu apoio ao grupo terrorista Hamas. Disponível em: <<https://twitter.com/choquei/status/1713627577032564763>>. Acesso em: 15 out. 2023.

CHOQUEI. GRAVE: Mulher joga água na casa toda, incluindo teto e parede para tentar se refrescar do calor. Disponível em: <<https://twitter.com/choquei/status/1713660413110296742>>. Acesso em: 15 out. 2023.

CHOQUEI. MUNDO: Unicef afirma que Faixa de Gaza virou um ‘cemitério de crianças’. Disponível em:

<<https://twitter.com/choquei/status/1719404647864045906?s=20>>. Acesso em: 5 nov. 2023.

CHOQUEI. SUBCELEBRIDADE: Neymar não foi destaque e não ganhou nada na premiação “Bola de Ouro”. Disponível em: <<https://twitter.com/choquei/status/1719107260624916941?s=20>>. Acesso em: 30 out. 2023.

CHOQUEI. William Bonner abrindo uma latinha de cerveja para comemorar a vitória de Lula.. Disponível em: <<https://twitter.com/choquei/status/1718829062158758329>>. Acesso em: 10 nov. 2023.

CHRISTOFOLETTI, R. Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: fake news e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois. RuMoRes, [S. l.], v. 12, n. 23, p. 56-82, 2018. DOI: 10.11606/issn.1982-677X.rum.2018.144229. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/144229>. Acesso em: 28 out. 2023.

CORDEIRO, Rafaela Q F.; COSTA, Marina; ARAÚJO, André C S.; et al. Teorias da comunicação. [Digite o Local da Editora]: Grupo A, 2017. E-book. ISBN 9788595022379. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595022379/>. Acesso em: 8 nov. 2023.

DEBORD, G. Sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

HAN, Byung-chul. No exame: Perspectivas do digital. 2. ed. rev. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2018. 136 p.

JR., J. B. CHOQUEI, COMPANHEIRO. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/choquei-companheiro-janja-lula/>>. Acesso em: 22 nov. 2023.

PEDROSO, R. N. Elementos para uma teoria do jornalismo sensacionalista. , . Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/99921>. Acesso em: 20 out. 2023.

RAMONET, I. La tiranía de la comunicación. [s.l.] DEBATE, 2003.

TCHILIAN, F. Clickbait: o que é, por que evitar e quais alternativas utilizar? Disponível em: <<https://blogbr.clear.sale/clickbait>>. Acesso em: 3 set. 2023.

ZHOU, Y. (ED.). Clickbait Detection in Tweets Using Self-attentive Network. [s.l.] arXivLabs, 2017. v. 5