

## **O Fenômeno das Fofocas nas Redes Sociais e o Jornalismo Digital: um Levantamento de Bibliografia sobre as Diferenças entre tais Conteúdos<sup>1</sup>**

Maria Luiza de Lima e Silva FIGUEIREDO<sup>2</sup>

José Fernando Barbosa de AZEVÊDO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

### **RESUMO**

O fenômeno das fofocas nas redes sociais chama a atenção com a criação de perfis dedicados a disseminar esse conteúdo. Neste trabalho, investiga-se as distinções entre essas fofocas e o jornalismo digital, sob os vieses textual e extratextual. Esta pesquisa é realizada a partir de levantamento bibliográfico. Conclui-se que há diversos distanciamentos entre essas formas de comunicar, por exemplo: a notícia tem um conteúdo mais amplo e deve responder às questões pertinentes ao lead. Além disso, notou-se, a partir das leituras, que a fofoca é socialmente menos aceita do que o jornalismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo digital; redes sociais; fofoca.

### **INTRODUÇÃO**

O dicionário Michaelis On-line define fofoca como “ato ou efeito de fofocar; futrica, fuxico, intriga”, “comentário desairoso ou maldoso sobre a vida de outrem; bisbilhotice, dito, mexerico”, “afirmação ou imputação baseada em suposições; boato, especulação” e “cochicho ou comentário em segredo sobre alguém” (FOFOCA, [2024]).

No senso comum, o ato de fofocar é associado a uma pessoa que está com tempo ocioso e pode dar preferência a informações da vida alheia, ao invés de se ocupar com tarefas e demandas da própria vida. Assim, a importância da informação (precisar saber algo) por vezes é substituída pelo interesse efêmero na vida alheia (querer saber alguma fofoca), uma forma de entretenimento. Atualmente, esse fenômeno é percebido nas redes sociais, com características de relevância para pesquisa.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, cultura e internet, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 9º. semestre do Curso de Jornalismo da UFRN, email: [malualuiza2019@gmail.com](mailto:malualuiza2019@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 9º. semestre do Curso de Jornalismo da UFRN, email: [fernando.azevedo.123@ufm.edu.br](mailto:fernando.azevedo.123@ufm.edu.br)

Nas plataformas digitais, existem perfis dispostos a trazer acontecimentos da vida das celebridades e subcelebridades, como Choquei, Alfinetei e POPTIME. Apresentam conteúdos chamativos, apelativos e com senso de imediatismo (Urgente!) sobre atores, atrizes, influenciadores, cantores e artistas de um modo geral. Nessas narrações, por vezes, passam a impressão de ser conteúdo jornalístico<sup>4</sup>. Há, por exemplo, o meme “*correspondente* da Choquei” – em itálico, um dos cargos exercidos por jornalistas. Mas a forma do conteúdo e o trabalho envolvido na divulgação de fofocas mostram as diferenças entre elas e o jornalismo.

## **METODOLOGIA**

Esta pesquisa foi realizada a partir de um levantamento bibliográfico sobre os temas pertinentes, visando apontar diferenças entre as fofocas trazidas por perfis nas redes sociais e os conteúdos jornalísticos presentes nas plataformas digitais em caráter textual e extratextual.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Para a compreensão do fenômeno da fofoca como distinto da produção jornalística, é imperativo investigar como uma notícia é construída. Segundo Lage (2001, p. 50), “a notícia trata de um fato, acontecimento que contém elementos de ineditismo, intensidade, atualidade, proximidade, identificação que o tornam relevante”.

A produção da notícia ocorre a partir do acontecimento, que, segundo Alsina (2005), trata-se de um fenômeno social cuja atribuição é agregada pelo contexto cultural. O autor considera que nem todo fato pode ser detentor de valor, pois ninguém seria capaz de processar tanta informação.

Nessa perspectiva, Alsina (2005) pontua que a ocorrência de diversos acontecimentos faz com que a mídia estabeleça uma série de regras de seleção. A fim de escolher quais acontecimentos viram notícia, o jornalista recorre às fontes para a apuração das informações. A apuração é “um elemento essencial no processo da informação”, pois representa “o completo levantamento dos dados de um acontecimento que servem de substrato para se escrever a notícia” (SANTI, 2009, p. 182).

---

<sup>4</sup> No X (antigo *Twitter*), o Choquei se define como “A sua fonte de notícias mais rápida. Tudo sobre os acontecimentos mais recentes do Brasil e do mundo” (Choquei, 2024).

Em seu estudo, Miguel Alsina indica que 49,7% dos jornalistas entrevistados mencionaram “outra mídia” como fonte de consulta. Esse aspecto implica em “uma autolegitimação do sistema informativo como fonte principal na construção do discurso jornalístico” e uma “homogeneidade dos acontecimentos publicados” (2005, p. 175) .

Pollyana Ferrari (2003, p. 39), ao descrever o jornalismo digital, afirma que “é em busca de conteúdo - mais até mesmo que de serviços - que as pessoas acessam a maioria dos sites”. Com a ascensão do digital, novos elementos passaram a integrar esses conteúdos, como sequências de vídeo, áudios e ilustrações animadas. A presença do jornalismo no meio digital concebeu a diversificação da área. O lead, uma ferramenta do jornalismo tradicional, não pode ser descartado no jornalismo digital. Para Ferrari (2003, p. 49), “é essencial dizer ao leitor de forma rápida qual é a notícia e por que ele deve continuar lendo aquele texto”.

Enquanto, para Alsina (2005, p. 296), “a notícia não é um fato, e sim basicamente, a narração de um fato”, a ideia apresentada por Garcia ([20--?] *apud* Ferrari, 2003, p. 55) vai de encontro a essa perspectiva, ao destacar que “nunca se deve abrir mão do conceito de expor os fatos em vez de narrá-los”.

Nas redes sociais, as visualizações e o engajamento de um conteúdo possuem um valor considerável. Assim, um acontecimento detém importância quando capta a atenção popular. Nesse contexto, o conteúdo de fofocas ganha cada vez mais audiência, mas cabe investigar a diferença entre esse conteúdo e as notícias no jornalismo digital, que usam o mesmo meio – a *internet* – para se propagar.

Percebe-se o contraste entre a fofoca e a notícia por meio da construção textual. Conforme Ferrari (2003), o lead não deve ser descartado do jornalismo digital – ele carrega consigo informações de “tempo, lugar, modo, causa, finalidade e instrumento” (Lage, 2001, p. 7).

Perfis de fofoca iniciam suas postagens com expressões como “GRAVE!”, “VEJA:” e “EITA!”. Geralmente, a legenda contém um parágrafo ou pouco mais, sem trazer todos os elementos essenciais à compreensão do acontecimento. Splash (2023) detalha a metodologia do Choquei, perfil que, somando usuários do X (antigo *Twitter*) e do *Instagram*, tem mais de 27 milhões de seguidores:

O rapaz [Raphael Souza] administra um perfil que privilegia a publicação rápida e quase sempre descontextualizada, replicando

conteúdos apurados por veículos tradicionais de imprensa. Tudo acompanhado de chamadas acompanhadas por palavras como "Urgente" e "Grave [...] A página também não assume o compromisso de procurar o "outro lado" (apurar com as partes citadas se a informação é procedente), conforme reconhece Raphael [...] "A gente nunca produz o conteúdo. O que a gente posta é conteúdo replicado. Isso aí é papel para jornalista [buscar o outro lado]." (Splash, 2023).

Assim, além da forma com que se apresentam, o trabalho envolvido na produção de fofocas é diferente porque não realiza a apuração da mesma forma, tampouco a checagem das informações<sup>5</sup>. No jornalismo, isso é imprescindível, mesmo se o jornalista busca em uma fonte informações para seu texto.

Já veículos de notícias como o G1, no meio digital, não descartam o clássico lead, mesmo utilizando ferramentas originárias das redes sociais, como emojis, nem deixam de fazer a apuração necessária para comprovar os acontecimentos. Além disso, o texto segue em vários parágrafos, ainda que reduzidos para adaptação ao meio, finalizado com uma “chamada” para que o leitor saiba mais sobre o acontecimento por meio do portal. Os conteúdos são ampliados com recursos audiovisuais.

Contudo, há uma semelhança fundamental entre esses dois conteúdos, o fato de comunicarem algo. Embora a semelhança exista, Batista e Chaves (2014) enfatizam que a aceitação social, aspecto extratextual, é um fator que os diferencia.

Diferentemente da fofoca, a notícia é mais elitizada, por ser de melhor aceitação social, por não carregar sentidos pejorativos, e, ainda, por ser da ordem da escrita, ao passo que a fofoca origina-se do âmbito local/oral/restrito da comunicação em face a face. A notícia já não carrega o que há de pejorativo na fofoca, todavia, apropria-se de algumas de suas características fundamentais, o relatar algo sobre alguém (Batista; Chaves, 2014, p. 800).

Portanto, aspectos de construção – forma – e extratextuais diferenciam os temas dessa pesquisa, mesmo que existam semelhanças. Esta breve pesquisa analisou que, uma vez que são coisas distintas, não devem ser confundidas, sob risco de tratar uma fofoca que entretém em um conteúdo jornalístico que tem a missão de informar um acontecimento de interesse público.

---

<sup>5</sup> Cf. Splash (2023).

## CONCLUSÃO

Esta pesquisa conclui que a forma textual de uma notícia, no contexto do jornalismo digital, é mais completa que a de uma fofoca, trazendo informações essenciais para a compreensão do fato, complementados com artefatos do mundo digital, como emojis, e com recursos audiovisuais, como vídeos em formato reels.

Além disso, conteúdos de fofoca possuem uma linguagem mais corriqueira, trazendo consigo expressões, muitas vezes, utilizadas no dia a dia entre as pessoas, como “EITA!” ou “GRAVE!”. A fofoca também pode ser mais intimista, quando o emissor interage com o seu público a respeito do que ele trata. Esse aspecto é identificado quando há perguntas direcionadas aos leitores, como: "o que vocês acharam?"

Quanto a aspectos extratextuais, notou-se que, apesar de ambos os conteúdos comunicarem algo, a fofoca é socialmente menos aceita do que o jornalismo. O cuidado com a informação também distingue a fofoca e a notícia, pois nesta a apuração é rigorosa e os fatos são checados, não podendo ser publicados sem comprovação.

## REFERÊNCIAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. **A Construção da Notícia**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

BATISTA, Sonia Gonçalves; CHAVES, Aline Saddi. A transmutação do gênero fofoca nos gêneros midiáticos. *In*: REIS, Alexandre de Souza *et al.* **V CÍRCULO – Rodas de Conversa bakhtiniana: praça pública, multidão, revolução, utopia**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2014. p. 797-802. Disponível em: [https://pedroejoaoeditores.com.br/2022/wp-content/uploads/2023/11/EBOOK\\_V-Circulo-rodas-de-conversa-bakhtiniana-2014.pdf](https://pedroejoaoeditores.com.br/2022/wp-content/uploads/2023/11/EBOOK_V-Circulo-rodas-de-conversa-bakhtiniana-2014.pdf). Acesso em: 24 mar. 2024.

CHOQUEI [perfil do X]. Disponível em: <https://twitter.com/choquei>. Acesso em: 16 mar. 2024.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

FOFOCA. *In*: DICIONÁRIO Brasileiro da Língua Portuguesa. Brasil: Michaelis, [2024]. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/palavra/OV1L/fofoca/>. Acesso em: 18 mar. 2024.

LAGE, Nilson. **Teoria e Técnica de Reportagem, Entrevista e Pesquisa Jornalística**. 1. ed. [S. l.], 2001. Disponível em: <https://nilsonlage.com.br/wp-content/uploads/2017/10/A-reportagem.pdf>. Acesso em: 24 mar. 2024.

SANTI, Vilso Junior Chierentin. O processo de apuração no webjornalismo de quarta geração. **ECO-Pós**, Rio de Janeiro, v.12, n.3, p. 181-194, 2009. Disponível em: [https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco\\_pos/article/view/939/879](https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/939/879). Acesso em: 20 mar. 2024.

SPLASH. **Choquei**: quem é Raphael Sousa [...], Splash UOL, São Paulo, 24 dez. 2023. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/12/24/raphael-souza-quem-e-o-administrador-da-c-hoquei.htm>. Acesso em: 16 mar. 2024.