

#EleNão: análise discursiva de títulos e subtítulos de notícias veiculadas sobre as manifestações de 29 de setembro¹

Nayara Nascimento de SOUSA²
Regysane Botelho C. ALVES³
Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, MA

RESUMO

O artigo trata da análise dos títulos e subtítulos de notícias veiculadas em portais de jornais brasileiros referentes às manifestações de 29 de setembro de 2018, que foram convocadas nas redes sociais com a *hashtag* “Ele Não” (#EleNão). A partir do método da Análise de Discurso Crítica, o objetivo é identificar as representações dos atores sociais presentes nesses elementos textuais dos diferentes portais para noticiar o mesmo fato. O *corpus* da pesquisa se constitui de 10 títulos e subtítulos de notícias publicadas em 10 portais no mesmo dia em que as manifestações ocorreram, sendo o critério de escolha dos veículos a referência que possuem em cada região do país. Os resultados indicam o apagamento das mulheres na maioria dos títulos e subtítulos e, de forma específica, das feministas, embora tenham sido elas as organizadoras das manifestações.

PALAVRAS-CHAVE: Análise de Discurso Crítica; Eleições; Feminismo; Jornalismo; Portais de notícias.

INTRODUÇÃO

A atividade jornalística é, por vezes, questionada quanto aos paradigmas da objetividade e subjetividade. Tendo em vista que o Jornalismo pode ser entendido como uma construção da realidade, e que, enquanto prática social, envolve concepções, representações, discursos, identidades sociais etc., não poderá ser totalmente objetivo, o que não impede que lhe seja conferida credibilidade.

Assim, importa-nos, neste artigo, analisar de que forma as representações dos atores sociais estão presentes em 10 títulos e subtítulos de notícias veiculadas em 10 portais jornalísticos brasileiros, sobre as manifestações ocorridas em 29 de setembro de 2018. Estudar os referidos elementos textuais é relevante pela posição de destaque dos

¹ Trabalho apresentado no IJ08 - Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Estudante de Graduação 8º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFMA, membro do Grupo de Pesquisa em Linguística, Discurso, Mídia e Educação (LiDiME) e do Grupo de Pesquisa em Comunicação, Política e Sociedade (COPS), e-mail: nayara.nns@hotmail.com.

³ Doutora em Linguística, professora do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da UFMA, coordenadora do Grupo de Pesquisa em Linguística, Discurso, Mídia e Educação (LiDiME), e-mail: regysane@gmail.com.

títulos e subtítulos nas notícias, diante das suas funções principais de chamar a atenção dos/as leitores/as e informar.

Levando em consideração que as manifestações de 29 de setembro de 2018, convocadas pelas feministas nas redes sociais com a *hashtag* “Ele não” (#EleNão) – contra o então candidato à Presidência do Brasil, Jair Bolsonaro (PSL) –, são consideradas as maiores já realizadas por mulheres na história do país, é importante verificarmos de que forma os portais jornalísticos representaram os atores sociais.

Nos próximos tópicos apresentamos: a fundamentação teórica, com discussões acerca do jornalismo como construção da realidade, a relevância dos títulos e subtítulos nas notícias veiculadas nas plataformas *online*, o contexto das manifestações de 29 de setembro e ativismo feminista; os procedimentos metodológicos, com base na Análise de Discurso Crítica; a análise dos dados e resultados; e as considerações finais.

DISCURSO JORNALÍSTICO COMO CONSTRUÇÃO DA REALIDADE

Os paradigmas da objetividade e subjetividade permeiam a atividade jornalística e levantam questionamentos quanto à credibilidade do jornalismo, como: “o jornalista noticia o fato tal como acontece sem levar em conta suas próprias convicções?”. Para Medina (2001, p. 50), “a objetividade jornalística é um mito, uma utopia na busca da tão sonhada ‘verdade’ jornalística”, pois não seria possível reproduzir a realidade sem interferência de diversos fatores, como, por exemplo, o profissional. Assis (2010, p. 18) compactua com esse pensamento e defende que “a própria seleção do que será noticiado, por mais que siga padrões preestabelecidos pela imprensa ou, especificamente, por determinada empresa jornalística, pressupõe certa dose de subjetividade”.

Nesse sentido, cabe-nos a indagação: a objetividade, que, segundo os autores mencionados, é impossível de ser alcançada, seria critério para qualificar ou desqualificar a credibilidade do jornalismo? Para Tuchman (1999), a objetividade não é totalmente inexistente e a credibilidade se dá em virtude do processo formal de produção das notícias específico do jornalismo, que envolve, por exemplo, os procedimentos de entrevista das fontes e a verificação dos fatos.

Assim, a prática jornalística, como qualquer outra prática, produz discursos que não somente veiculam informações, mas também e principalmente constituem a

realidade, incluindo identidades sociais. Silva (2005), no trabalho intitulado “Jornalismo e construção de sentido: pequeno inventário”, reúne diversos teóricos que entendem o Jornalismo como construção da realidade e produção de sentido, considerando o precursor Walter Lippmann, com a obra “Opinião pública” (1922). A autora reflete que “[...] Lippmann destacou a mídia como relevante ligação entre o mundo exterior e as imagens dos acontecimentos desse mundo nas mentes das pessoas” (SILVA, 2005, p. 96).

Entre os teóricos que entendem o Jornalismo como construção da realidade, temos Adelmo Genro Filho, que define o Jornalismo como uma forma de conhecimento social. Xavier, Amaral e Carvalho (2018) apontam que, segundo Adelmo Genro Filho, “o mito da imparcialidade deixa óbvio que não existe Jornalismo neutro, pois o emissor sempre vai estar envolvido. Para o autor, toda forma de conhecimento exige um posicionamento do sujeito diante do objeto”. Pontes (2017) também explica que Adelmo Genro Filho considera a prática do jornalista como interpretação dos fatos sociais.

A partir desse contexto do Jornalismo também percebido como espaço de construção da realidade social, é importante analisarmos o discurso do produto jornalístico, como, por exemplo, o próprio texto, a começar pelos títulos e subtítulos. Autores como Bertolini (2014a; 2014b; 2015) e Bueno e Reino (2017) consideram que o título da notícia é uma das partes mais relevantes do texto jornalístico, por ter como funções principais chamar a atenção do/a leitor/a, prender o interesse pela notícia e informar. Bertolini (2014b) destaca que o título se tornou determinante na leitura ou não de uma notícia e pode tanto atrair quanto afastar o/a leitor/a (BERTOLINI, 2014a), e Bueno e Reino (2017, p. 2) afirmam que os títulos “de fato, são iscas que excitam mais que a venda de um jornal, mas expressivamente seduzem o leitor, fazem com que o conteúdo não seja relegado a escanteio”.

Nos portais de notícias, geralmente os jornais publicam uma chamada com título e subtítulo (opcional) na *homepage*, para levar o/a leitor/a ao clique. Dessa forma, os veículos estão cada vez mais adotando os modelos de títulos chamativos para atrair o público. Sobre isso, Bertolini (2015) aponta que, nas plataformas *online*, os títulos das notícias têm como funções: conter o *link* para abrir as páginas das notícias, servir de base para os recursos de busca, conduzir a leitura dos hipertextos, etc.

Nesse sentido, ao ler o título de uma notícia, o público pode se informar quanto ao fato, sem que seja requerida a leitura da matéria completa, embora, para o jornalismo, o interessante é que o/a leitor/a confira o texto e permaneça no portal. Daí a importância de o/a jornalista publicar títulos que sejam tanto interessantes e chamativos, quanto informativos e condizentes com o fato, que instiguem o/a leitor/a a verificar a notícia.

Pensando nesse contexto do jornalismo enquanto construção da realidade e a relevância do título – e subtítulo –, a seguir trataremos das notícias veiculadas em portais jornalísticos brasileiros cobrindo as manifestações de 29 de setembro de 2018, levando em conta as representações dos atores sociais.

#ELENÃO - DAS REDES SOCIAIS PARA AS RUAS: manifestações de 29 de setembro

Durante as campanhas eleitorais de 2018 no Brasil, o candidato Jair Bolsonaro (PSL), eleito presidente, se envolveu em inúmeras polêmicas, principalmente devido aos seus posicionamentos políticos e ideológicos. Frases consideradas pela sociedade como machistas, homofóbicas, racistas, xenofóbicas, fascistas etc. chamaram a atenção dos/as eleitores/as e causaram repercussão tanto nacionalmente, quanto em outros países.

Elencamos aqui algumas frases proferidas por Bolsonaro⁴: em 2011, ao ser questionado pela cantora Preta Gil sobre o que faria caso seu filho se apaixonasse por uma negra, o candidato afirmou: “[...] eu não vou discutir promiscuidade com quem quer que seja. Eu não corro esse risco. Meus filhos foram muito bem educados e não viveram em ambiente como lamentavelmente é o teu [...]”, sendo acusado de racismo e machismo; em 2003, ao discutir com a deputada Maria do Rosário (PT-RS), Bolsonaro disse: “Eu jamais ia estuprar você, porque você não merece”, fato que se repetiu em 2014; em 2011, questionado sobre a possibilidade de ter filho *gay*, Bolsonaro afirmou: “para mim é a morte. Digo mais: prefiro que morra num acidente do que apareça com um bigodudo por aí. Para mim ele vai ter morrido mesmo”, pelo que foi acusado de homofobia.

⁴ <https://www.cartacapital.com.br/politica/bolsonaro-em-25-frases-polemicas/>

Nesse ínterim, diversos grupos sociais, incluindo feministas, LGBT+, movimento negro, dentre outros, e também parte da sociedade, que necessariamente não se inclui nesses movimentos, manifestaram repúdio às declarações do então candidato, e as redes sociais, como Facebook e Twitter, foram os principais meios utilizados para veicular os protestos.

As feministas se mobilizaram e foram responsáveis pela criação do grupo do Facebook “Mulheres unidas contra Bolsonaro”, que em menos de três dias reuniu mais de 700 mil membros⁵, especialmente mulheres. Surgiu então o movimento “Ele não” (marcado pela *hashtag* #EleNão nas redes sociais)⁶, no qual a expressão se referia ao candidato, na tentativa de impedir que o nome de Bolsonaro gerasse maior visibilidade por conta dos algoritmos utilizados na Internet.

Entre os/as autores/as que estudam o feminismo, podemos citar Langner, Zuliani e Mendonça (2015), que explicam que o movimento nos dias de hoje atua de forma notável, muito em razão do alcance nas redes sociais, pois com a Internet, “o movimento feminista encontrou uma nova frente para sua ação, a qual se tornou o meio por excelência para potencializar as lutas da esfera pública” (Idem, p. 5). Sarmiento *et al.* (2018, p. 2) apontam que o feminismo vai ao encontro do ativismo digital⁷, podendo ter diversas nomenclaturas, como “[...] ciberfeminismo, feminismo online, feminismo digital, feminismo na internet, digifeminismo, ativismo feminista na internet/digital”. Já Mendonça, Langner e Zuliani (2017, p. 151) pontuam que “[...] o movimento feminista tem se aproximado de outros movimentos, relacionados a minorias, como negros, gays e indígenas”, tal como aconteceu no #EleNão, reunindo diversos grupos sociais.

Entre os movimentos provenientes do ativismo digital feminista no Brasil, podemos citar: #EuNãoMereçoSerEstuprada⁸, #MeuAmigoSecreto, #ChegaDeFiuFiu, #MeuPrimeiroAssédio. Todas essas *hashtags* tiveram o objetivo de denunciar a violência contra as mulheres, especialmente em relação ao assédio e abuso sexual⁹. Além das pautas “tradicionais”, digamos dessa forma, como a luta pela equidade dos

⁵ <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>

⁶ <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/582660-mulheres-se-unem-nas-redes-sociais-para-frear-bolsonaro>

⁷ Para Silva, Sampaio e Bragotto (2016), ativismo digital se inclui no campo da democracia digital, que se refere à relação entre comunicação digital e democracia, tais como os movimentos *online*, protestos baseados em tecnologias digitais, engajamento *online* etc.

⁸ Cardoso (2015) analisa o movimento #EuNãoMereçoSerEstuprada na mídia e nas redes sociais, para identificar representações sobre a violência sexual contra as mulheres.

⁹ <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/577481-feminismo-polemicas-e-as-campanhas-nas-redes-sociais-contra-o-assedio>

direitos democráticos, o fim do machismo e da violência etc., o movimento #EleNão apresentou um contorno diferenciado, por se inserir no contexto das campanhas eleitorais com a postura de repúdio ao candidato Bolsonaro.

Considerando feminismo e mídia, Sarmiento (2017) analisou como o movimento feminista brasileiro apareceu no jornal *Folha de São Paulo*, entre 1921 a julho de 2016. A autora aponta que o movimento feminista, ao longo desse período, não é totalmente silenciado no jornal em questão, mas que as pautas aparecem somente quando ele é diretamente acionado nas notícias e que, com o uso da Internet, as feministas foram mais representadas de forma individualizada.

Assim, estudar de que forma os atores sociais foram representados nas manifestações do #EleNão pelos portais jornalísticos é importante para analisarmos a construção social das mulheres, sobretudo as feministas, nas notícias, sendo essas manifestações consideradas as maiores já realizadas por mulheres na história do Brasil¹⁰.

ANÁLISE DE DISCURSO CRÍTICA COMO PROPOSTA METODOLÓGICA

Diversos trabalhos utilizam a Análise do Discurso Crítica (ADC) de linha inglesa, cujo representante mais proeminente é Norman Fairclough, como proposta metodológica em estudos sobre o jornalismo, principalmente aqueles que se interessam pelas lutas sociais. Cardoso (2015), em sua dissertação de mestrado, intitulada “Discursos sobre violência sexual contra a mulher no *webjornalismo* e nas redes sociais”, analisou as representações sociais que constroem o sentido de culpabilização das vítimas de violência nas notícias jornalísticas e outros materiais. Já Floriani (2017), em sua tese de doutorado, intitulada “O discurso do *impeachment* de Dilma na Folha de S. Paulo”, identificou o discurso construído pelo jornal em questão sobre o episódio do *impeachment*. Ambos utilizam os aportes da ADC, porém o primeiro com uma vertente feminista e o segundo, voltado para a política. Essa possibilidade de utilizar outras áreas do conhecimento para compor a análise discursiva é uma das bases das pesquisas em ADC, cuja proposta é multidisciplinar.

Para realizar suas análises, a ADC considera três dimensões: a prática discursiva, o texto e a prática social (RESENDE; RAMALHO, 2006). Aqui, interessa-nos utilizar a

¹⁰ <http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/583263-elenao-a-manifestacao-historica-liderada-por-mulheres-no-brasil-vista-por-quatros-angulos>

ADC como método para identificar as representações dos atores sociais constituídas em títulos e subtítulos de notícias, ou seja, pretendemos analisar escolhas lexicais dos textos e as representações dos atores sociais nesses eventos textuais.

Resende e Ramalho (2006, p. 67), baseadas na obra de Fairclough, apontam que a representação dos atores sociais é uma categoria analítica útil no desvelamento de ideologias em textos. Assim, “as maneiras como atores sociais são representados em textos podem indicar posicionamentos ideológicos em relação a eles e a suas atividades” (RESENDE; RAMALHO, 2016, p. 72).

Nesse sentido, este artigo trata dos títulos e subtítulos de notícias veiculadas sobre as manifestações de 29 de setembro, convocadas por mulheres através das redes sociais, com a *hashtag* “Ele não” (#Elenão). O *corpus* da pesquisa é constituído de 10 títulos e subtítulos de notícias, publicadas no mesmo dia em que as manifestações ocorreram em 10 portais jornalísticos brasileiros. A escolha dos veículos segue o critério de referência em cada região do país. O objetivo do trabalho é identificar as representações dos atores sociais presentes nos elementos textuais título e subtítulo de notícias.

A pesquisa é documental e tem como método de análise dos dados a Análise de Discurso Crítica de vertente inglesa. Temos como hipóteses: (H1) há diferenças entre a forma como o fato foi noticiado entre os portais levando em conta as representações dos atores sociais; e (H2) as mulheres são silenciadas nas notícias.

O QUE DIZEM OS PORTAIS DE JORNAIS SOBRE O 29 DE SETEMBRO?

Para identificar as representações e vozes dos atores sociais, com base nos aportes da ADC, analisamos os títulos e subtítulos de dez notícias sobre as manifestações do 29 de setembro, que foram publicadas especificamente nesse dia nos seguintes portais de jornais brasileiros: *Estadão*, *Imirante*, *Correio Braziliense*, *Diário do Pará*, *O Povo*, *GI*, *Gazeta do Povo*, *GaúchaZH*, *El País* e *Folha*.

O portal *Estadão* (Figura 1), de São Paulo, publicou na editoria de Política uma notícia com o seguinte título: “Capitais brasileiras e Distrito Federal recebem atos contra Jair Bolsonaro”. Percebemos o apagamento de atores sociais, quando o sujeito da oração é “Capitais brasileiras e Distrito Federal”, ou seja, não há uma nomeação de quem organizou e participou dos “atos contra Jair Bolsonaro”, apenas são apontados os

locais que receberam as manifestações. Aqui há a supressão dos atores sociais e consequentemente o seu apagamento e de suas ações. Notemos que somente o ator social Jair Bolsonaro é incluído no título por meio de um processo de nomeação e apenas como alvo dos protestos.

O subtítulo do *Estadão* diz que “Dezenas de municípios e todas as capitais tiveram manifestações contra o candidato do PSL; apoiadores do capitão reformado reagiram”, indicando que apesar de haver sujeitos que não o apoiam, também há defensores/as do, até então, candidato. O verbo “reagir” chama a atenção, pois indica que, mediante as manifestações do contra, os/as apoiadores/as sentiram a necessidade de responder (“ameaça” → “reação”). Notemos que, nesse contexto, os atores sociais ativos são os/as apoiadores/as do candidato (que reagiram), e não os/as manifestantes, que não são incluídos textualmente no subtítulo; e que, novamente, o então candidato à presidência é incluído no texto por meio de um processo de classificação por funcionalização que o situa como “candidato”, posição que ocupava naquele momento, e como “capitão”, sua patente no Exército Brasileiro, ou seja, ator social que ganha destaque pelas suas funções.

De modo semelhante ao *Estadão*, o portal *Imirante.com* (Figura 2), com sede na capital do Maranhão, noticiou com a palavra-chave “Ele não”, “Protestos contra Bolsonaro ocorrem em várias cidades pelo Brasil”. O único ator social mencionado é novamente Bolsonaro, também com a categoria analítica da nomeação. O texto traz uma ideia do macro, “várias cidades do Brasil”, para o micro/local no subtítulo: “Em São Luís, os manifestantes iniciaram o ato na praça Maria Aragão e saíram em passeata até a praça dos Catraieiros, no Centro da capital maranhense”. Essa estratégia de localização do evento indica uma busca de aproximação com o público, o que podemos entender como uma tentativa de identificação entre as manifestações nacionais e a cobertura local. Além disso, nesse subtítulo é dado destaque aos/às manifestantes como agentes da ação, “manifestantes iniciaram o ato”, e não mais a Bolsonaro como alvo da manifestação.

Figura 1: Estadão
Política



Fonte: Acervo Estadão Online (2018).

Figura 2: Imirante.com



Fonte: Acervo Imirate.com (2018).

O *Correio Braziliense* (Figura 3), de Brasília, também na editoria de Política, publicou uma notícia com o título “Manifestantes contra Bolsonaro tomam Eixo Monumental”, colocando como sujeito da oração os “manifestantes”. O uso do verbo “tomar” indica que as pessoas ocuparam o local de forma expressiva, ou seja, elas não apenas se reuniram no Eixo Monumental. Nesse título, a agência é dos/as manifestantes, embora não fique nítido que são, principalmente, mulheres. Percebemos uma maior propriedade para determinar a ação dos sujeitos que protestavam. O subtítulo destaca: “Faixas e cartazes com a frase #ELENÃO marcam o protesto que teve início por volta das 15h”, indicando algumas características do protesto, e, diferente dos portais *Estadão* e *Imirante*, o *Correio Braziliense* passou a informação da *hashtag* “Ele não” (#ELENÃO), fazendo uma ligação com as redes sociais, que deram início ao movimento.

Figura 3: Correio Braziliense



Fonte: Acervo Correio Braziliense (2018).

O *Diário do Pará* (Figura 4), na editoria Notícias, com destaque para a palavra-chave “#ELENÃO”, veiculou notícia com o título “Multidão faz caminhada durante ato contra Bolsonaro em Belém”. O sujeito da oração é a “multidão”, e, embora os atores sociais estejam em destaque, essa generalização configura o apagamento das mulheres. Por outro lado, Bolsonaro é nomeado, e percebemos mais uma vez o candidato como ator social que é alvo da manifestação. A palavra “caminhada” suaviza a manifestação,

passando a ideia de que foi um acontecimento pequeno, porém, também pode indicar um evento pacífico realizado localmente; além disso, o uso da palavra “ato” para nomear o acontecimento suaviza seu caráter de protesto. Entre os dez portais do *corpus* da pesquisa, o Diário do Pará é o único que não possui subtítulo na notícia, porém foi mantido para análise por ser um dos veículos de referência da Região Norte.

No *O Povo Online* (Figura 5), portal da capital cearense, na editoria de Política, com destaque para a palavra-chave “ELENÃO”, o título da notícia é “Ato contra Jair Bolsonaro leva multidão às ruas de Fortaleza”, em que os atores sociais representados são a “multidão” e Jair Bolsonaro. A generalização mais uma vez indica o apagamento das mulheres, organizadoras da manifestação, enquanto a menção ao nome do candidato passa a ideia de destaque para o ator social, como alvo do ato.

Já no subtítulo de *O Povo Online* consta que “Mulheres se reuniram na tarde deste sábado, 29, para manifestar repúdio ao candidato à Presidência”, evidenciando que as mulheres eram as principais participantes do ato e colocando-as como atores sociais ativos – categoria de classificação pelo grupo. O verbo “reunir” indica ainda a união das mulheres e chama a atenção para a palavra “repúdio”, que vai além do “ser contra”, utilizada em outros portais – aqui se mostra a desaprovação e rejeição a Bolsonaro, que é apontado no subtítulo como “candidato a Presidência”.

Figura 4: Diário Online (do Pará)



Fonte: Acervo Diário Online (2018).

Figura 5: O Povo Online



Fonte: Acervo O Povo (2018).

Na editoria de Política, o portal *GI* (Figura 6) publicou “Protestos contra Bolsonaro ocorrem em 26 estados e DF; atos a favor, em 16”, explicitando que as manifestações contra o então candidato se estenderam por mais estados, atingindo todo o país, do que aqueles que eram a favor. Essa quantificação pode indicar uma suavização, pois não dá uma ideia de todo, mesmo que dê a ideia de grande adesão aos protestos contra em comparação a uma adesão menor aos movimentos a favor do candidato. Há também uma valorização dos movimentos contrários ao então candidato quando estes são classificados como “protestos”, em oposição a “atos” a favor.

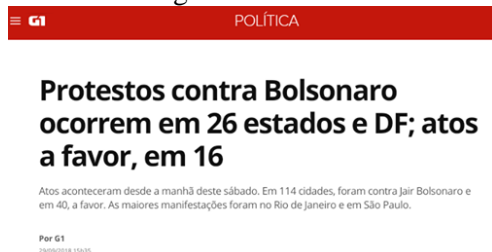
Percebemos ainda que o evento ganha mais proeminência do que as mulheres, enquanto atores sociais.

Na *Gazeta do Povo* (Figura 7), com sede na capital do Paraná, na seção especial das Eleições 2018, com a palavra “Protestos”, a notícia diz que “Milhares se manifestam contra Bolsonaro. Mas também houve atos a favor dele”, seguindo a mesma linha do G1. Contudo percebemos que a generalização “milhares” não passa a mesma ideia do portal anterior. Ambos não mencionam as mulheres, tendo como ator social representado na oração o candidato Bolsonaro, apagando o protagonismo feminino. Os portais também têm como ponto em comum a menção aos/as manifestantes contra e a favor, porém a *Gazeta* traz essa ideia de reação dos/as apoiadores/as de Bolsonaro, assim como o *Estadão*, quando coloca a oposição “**mas também** houve atos a favor dele”.

O subtítulo do *G1* é “Atos aconteceram desde a manhã deste sábado. Em 114 cidades, foram contra Jair Bolsonaro e em 40, a favor. As maiores manifestações foram no Rio de Janeiro e em São Paulo”. Percebemos a invisibilidade das mulheres tanto no título, quanto no subtítulo da notícia do *G1*, que destacou Bolsonaro como alvo dos protestos, mas também como sujeito que ganhou atos favoráveis em reação aos contrários a ele.

Já na *Gazeta* o subtítulo é “Mulheres convocaram manifestações contra Bolsonaro em várias cidades brasileiras. Mas também houve atos favoráveis ao candidato”. Apenas no subtítulo as mulheres aparecem como atores sociais ativos, que convocaram as manifestações. Bolsonaro, mais uma vez, é nomeado, assim como identificamos no *G1*.

Figura 6: G1.com



Fonte: Acervo G1.com (2018).

Figura 7: Gazeta do Povo



Fonte: Acervo Gazeta do Povo (2018).

Na *GaúchaZH* (Figura 8), de Porto Alegre, na seção especial das Eleições 2018, com a palavra-chave #ELENÃO, temos a notícia “Mulheres protestam contra Bolsonaro em diversas cidades do país”. Nesse título, podemos notar as mulheres como atores sociais e sujeitos ativos, quando o portal diz que “mulheres protestam”. De forma semelhante, no *El País* (Figura 9), também na editoria especial das Eleições 2018, o título “Mulheres lideram multidão contra Bolsonaro em São Paulo, Rio e Recife” traz o protagonismo das mulheres, porém de forma muito mais explícita, quando aponta que elas “lideram” a multidão, ou seja, elas não apenas participaram da manifestação, mas estiveram à frente. Temos aqui uma representação por ativação das mulheres.

A notícia da *GaúchaZH* tem como subtítulo: “Slogan #Elenão também mobiliza manifestantes em diversas cidades ao redor do mundo”; e do *El País* o seguinte: “Protestos foram organizados para este sábado em diferentes cidades do Brasil e do mundo”. Os dois portais chamaram a atenção para o alcance internacional das manifestações, o que não havia sido notado nos demais, mas também focalizaram os subtítulos nos eventos e não nos atores sociais. A representação do evento social é subentendido como manifestações de sujeitos que eram contra o candidato ao cargo da Presidência do Brasil para além das barreiras nacionais, de forma que essa contraposição a Bolsonaro não teria acontecido somente no país. Importante destacar ainda o subtítulo do portal gaúcho, quando utilizou o verbo “mobilizar”, passando a ideia de que os sujeitos foram estimulados a estar ali por um objetivo comum. Ao mais, quando a notícia indica a *hashtag* “Ele não”, relaciona o ativismo nas redes sociais com as manifestações nas ruas.

Figura 8: GaúchaZH



Fonte: Acervo GaúchaZH (2018).

Figura 9: El País



Fonte: Acervo El País (2018).

Por fim, a *Folha.com* (Figura 10) noticiou o fato, na seção Eleições 2018, com o título: “Atos de mulheres contra Bolsonaro reúnem milhares em mais de 30 cidades”. O papel das mulheres é ativo nesse título e mais uma vez temos o verbo “reunir”,

indicando união, organização, embora o ato em si ganhe mais relevância do que os sujeitos. É interessante destacar que o subtítulo da *Folha.com* traz conceitos ligados à luta do movimento feminista, quando diz: “Manifestações contra candidato relacionaram deputado a atitudes machistas e misóginas”. Com a adjetivação mais explícita do que a utilizada nos demais nove portais, esse título traz mais informações sobre quais seriam as motivações das manifestações contra Bolsonaro.

Figura 10: Folha.com



Fonte: Acervo Folha.com

De forma geral, percebemos que os títulos destacam o ator social alvo das manifestações: Jair Bolsonaro, seja nomeando-o, seja classificando-o como candidato ou capitão. As mulheres, responsáveis pelas manifestações, são colocadas quase sempre em segundo plano, pois é dado maior destaque aos eventos em si do a suas organizadoras ou a suas motivações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo teve como objetivo identificar as representações dos atores sociais em 10 títulos e subtítulos de notícias veiculadas em portais de jornais brasileiros sobre as manifestações de 29 de setembro de 2018. Considerados os maiores protestos realizados por mulheres na história do país, esses atos foram convocados pelas redes sociais pelo movimento do #EleNão, contra o então candidato à presidência Jair Bolsonaro.

Assim, apresentamos no referencial teórico discussões relacionadas ao jornalismo enquanto construção da realidade social, além da relevância dos títulos e subtítulos, e ao ativismo feminista, para embasarmos nossa análise.

A partir da Análise de Discurso Crítica, identificamos que todos os títulos das notícias dos portais jornalísticos destacaram Bolsonaro como ator social que é alvo dos protestos. Importante analisar também que, na maioria dos portais, o evento ganhou

mais destaque do que as mulheres enquanto atores sociais, como no *GI* e *Folha.com*. Somente algumas notícias indicaram as mulheres como sujeitos ativos, como na *GaúchaZH* e *El País*. E nenhum dos títulos e subtítulos mencionou as feministas como atores sociais, apagando os principais sujeitos do movimento #EleNão.

Dessa forma, confirmamos a hipótese 1 da pesquisa, quando constatamos que há diferenças entre a forma como o fato foi noticiado entre os portais, levando em conta as representações dos atores sociais, embora tenhamos identificado muitas semelhanças entre eles; e a hipótese 2 foi parcialmente confirmada, pois somente em parte dos títulos as mulheres são silenciadas, de forma que poucos portais colocaram-nas como sujeitos ativos nas notícias relativas às manifestações.

Consideramos que utilizar a ADC como método de pesquisa é relevante para os jornalistas, pois oportuniza pensarmos de que forma estamos representando os sujeitos, que atores sociais estão sendo silenciados na construção da realidade operacionalizada pelo jornalismo, e para quem estamos oferecendo visibilidade na mídia.

Por fim, este estudo se constitui uma motivação para posteriores pesquisas sobre as representações das feministas no jornalismo digital, e abre o leque para as possibilidades de pesquisa sobre feminismo nas redes sociais, enquanto forma de ativismo democrático que vem crescendo e se consolidando.

REFERÊNCIAS

ASSIS, F. Fundamentos para a compreensão dos gêneros jornalísticos. **Alceu**, v. 11, n. 21, jul.-dez. 2010. p. 16-33. Disponível em: http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu21_2.pdf

BERTOLINI, J. O novo título jornalístico: dez categorias do ambiente digital. **Ação Midiática**, n. 9, jan.-jun. 2015, p. 1-13. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/37438/25738>

_____. O novo título jornalístico: formatos reconfigurados pelo ambiente digital. **Rizoma**, v. 2, n. 2, dez. 2014a. p. 40-55. Disponível em: <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/5219/3776>

_____. O título da notícia na internet: funções clássicas e impactos na leitura e na compreensão do texto. **Ciência em Curso**, v. 3, n. 2, jul.-dez. 2014b. p. 99-110. Disponível em: <http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/ciencia-em-curso/0302/030202.pdf>

BUENO, T.; REINO, L. S. A. O que muda e o que permanece nos títulos dos jornais na internet? In: **8º Congresso Internacional de Ciberjornalismo – Ciberjor**. UFMS, 2017.

Disponível em: <http://www.ciberjor.ufms.br/ciberjor8/files/2017/08/artigo-thaisaelucas-ciberjor1.pdf>

CARDOSO, I. C. B. **Discursos sobre a violência sexual contra a mulher no *webjornalismo* e nas redes sociais**. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Linguística. Brasília: Universidade de Brasília, 2015.

FLORIANI, A. W. **O discurso do *impeachment* de Dilma na Folha de S. Paulo**. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília: Universidade de Brasília, 2017.

LANGNER, A.; ZULIANI, C.; MENDONÇA, F. O movimento feminista e o ativismo digital: conquistas e expansão decorrentes do uso das plataformas *online*. In: **3º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade: mídias e direitos da sociedade em rede**. Anais. 2015. p. 1-14. Disponível em: <http://coral.ufsm.br/congressodireito/anais/2015/3-12.pdf>

MEDINA, J. L. B. Gêneros jornalísticos: repensando a questão. **Revista Symposium**, ano 5, n. 1, jan.-jun. 2001. p. 45-55.

MENDONÇA, F.; LANGNER, A.; ZULIANI, C. Movimento feminista e ativismo digital: as repressões *online* e *offline* a partir do uso das plataformas digitais pelo movimento. **Caderno Espaço Feminino**, v. 30, n. 1, jan.-jun. 2017. p. 140-160.

PONTES, F. S. Adelmo Genro Filho e a teoria do jornalismo: 30 anos de O Segredo da Pirâmide. **Brazilian Journalism Research**, v. 13, n. 1, jan.-abr. 2017. p. 164-181. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/960/898>

RESENDE, V. M.; RAMALHO, V. **Análise de discurso crítica**. São Paulo: Contexto, 2006.

SARMENTO, R. et al. Ativismo feminista na internet: uma análise dos artigos publicados em periódicos das Ciências Sociais e Comunicação e Google Acadêmico a partir dos anos 2000. In: **II Simpósio Internacional em Narrativas, Gênero e Política**. 2018.

SARMENTO, R. **Das sufragistas às ativistas 2.0: feminismo, mídia e política no Brasil (1921 a 2016)**. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Ciência Política. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2017.

SILVA, G. Jornalismo e construção de sentido: pequeno inventário. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 2, n. 2, jul.-dez. 2005. p. 95-107.

SILVA, S. P.; BRAGATTO, R. C.; SAMPAIO, R. C. **Democracia digital, comunicação política e redes: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2016.

TUCHMAN, G. A objectividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1999. p. 74-90. Disponível em: <https://agnesufop.files.wordpress.com/2017/05/gaye-tuchman-a-objetividade-como-ritual-estrategico.pdf>

XAVIER, B. T. M.; AMARAL, F. A.; CARVALHO, C. Jornalismo: significado e construção social. In: **VIII Encontro Nacional de Jovens Pesquisadores em Jornalismo – JPJOR**. São Paulo, 2018. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/jpior/JPJor2018/paper/viewFile/1440/578>