



XVII SICTI
Seminário de Iniciação Científica,
Tecnológica e Inovação
X SIMIT
Simpósio de Inovação Tecnológica

**CIÊNCIA e
COOPERAÇÃO
na AMAZÔNIA**
**16 a 19 de
Setembro**
IFPA Campus Bragança

O IMPACTO DA NOTÍCIA: DISCURSO DE ÓDIO CONTRA MULHERES EM PÁGINAS DE ENTRETENIMENTO DAS REDES SOCIAIS E NO JORNALISMO DIGITAL

LIVIAN KAREN SILVA ALMEIDA¹, KIRLA KORINA ANDERSON FERREIRA²

¹ Acadêmica do Curso de Licenciatura em História, Bolsista PIBICTI, IFPA Campus Belém

² Professora Dr.^a do IFPA Campus Belém - Orientadora

Área de conhecimento/Subárea: Ciências Humanas/Antropologia Digital
ODS vinculado(s): ODS05

RESUMO: O objetivo desta pesquisa foi analisar a abordagem de notícias relacionadas às mulheres nas páginas de entretenimento Choquei e Alfinetei, que estão presentes nas plataformas Instagram e X, e no jornal digital G1. Foram analisadas notícias que tinham mulheres como foco, observando a forma de divulgação das notícias (manchetes, legendas, imagens) e, também, as interações dos comentários. Como procedimento metodológico, foram selecionadas as notícias de maior repercussão no período de maio de 2023 a maio de 2024, para mapear semelhanças e diferenças entre as publicações, bem como identificar possíveis incentivos a estereótipos, preconceitos e discursos de ódio contra as mulheres. Observou-se contrastes significativos entre os veículos de transmissão. Enquanto o G1 apresenta uma postura jornalística mais informativa e factual, as páginas de entretenimento demonstram priorizar o sensacionalismo e a desinformação, utilizando de títulos atrativos e apelativos, imagens impactantes e divulgação de conteúdos voltados à ampla disseminação nas redes sociais.

PALAVRAS-CHAVE: gênero; mídia digital; sensacionalismo.

INTRODUÇÃO

Até que ponto a rápida circulação de notícias sobre mulheres nas mídias digitais contribui para a disseminação de discursos de ódio direcionadas a elas? Através desse questionamento, esse trabalho tem como objetivo principal analisar a abordagem e a publicação de notícias relacionadas ao gênero feminino nas páginas de entretenimento Choquei e Alfinetei, dentro das plataformas do Instagram e do X (antigo Twitter), como no jornal digital G1. O estudo buscou identificar se há a presença de estereótipos, preconceitos, discriminações e discursos de ódio (seja explícita ou velada) na forma como notícias sobre as mulheres são publicadas, assim como identificar semelhanças e/ou diferenças na maneira como esses veículos tratam o tema.

Com a popularização dos smartphones e a transformação digital, a sociedade experimenta mudanças no cotidiano, com a conectividade móvel impactando diretamente na forma como ocorrem as interações sociais (Lins, 2020). Nesse contexto, com o processo de digitalização da sociedade, as trocas de informações passaram a ocorrer de maneira instantânea e são disseminadas por diversos canais de transmissão, que se adaptam à medida que a sociedade evolui em suas interações.

No cenário atual, as redes sociais assumem o papel central na circulação de uma ampla variedade de conteúdos, proporcionando ao usuário um rápido e fluido acesso às informações disponíveis na internet. Plataformas como Instagram e X tornaram-se fundamentais para a formação da opinião pública, influenciando percepções e discursos, tendo a significativa cooperação de páginas de entretenimento. Essas páginas, são popularmente conhecidas como páginas de fofoca e tem como propósito oferecer informações em tempo real sobre uma diversidade de assuntos. As páginas analisadas neste trabalho, em particular, focam no jornalismo de celebridades, uma abordagem jornalística que busca acompanhar e expor sobre a vida pessoal e profissional de figuras públicas, atendendo a uma sociedade que consome instantaneamente esse tipo de conteúdo (Teles, 2022).



XVII SICTI
Seminário de Iniciação Científica,
Tecnológica e Inovação

X SIMIT
Simpósio de Inovação Tecnológica

**CIÊNCIA e
COOPERAÇÃO
na AMAZÔNIA**

**16 a 19 de
Setembro**

IFPA Campus Bragança

As redes sociais, com o auxílio das páginas de entretenimento, proporcionaram maior interatividade dos usuários com o conteúdo, principalmente por meio de notícias. No entanto, esse ambiente digital se tornou um campo fértil para a propagação de discurso de ódio direcionado às mulheres, um sentimento que está enraizado na sociedade e que é amplificado pelas tecnologias de comunicação através do sensacionalismo e da desinformação. Trindade (2022) vai definir o discurso de ódio online como a prática de transmitir conteúdos ideológicos de preconceito, xenofobia, misoginia e racismo a indivíduos ou grupos minoritários.

Ao lançar um olhar para os comportamentos de preconceito e intolerância contra mulheres nas redes sociais, é de suma importância abordar a categoria gênero. Joan Scott (1990) vai afirmar que gênero está diretamente ligado às relações de poder e aos padrões comportamentais impostos pela sociedade sobre o que é considerado feminino e masculino, sendo, portanto, uma construção social.

METODOLOGIA

Para entendimento do discurso de ódio nas redes sociais contra as mulheres, a metodologia do projeto consistiu na revisão bibliográfica sobre gênero, redes sociais e discurso de ódio e na abordagem qualitativa, com o levantamento das notícias que tinham mulheres celebridades ou sub-celebridades como foco, publicadas entre maio de 2023 e maio de 2024. Inicialmente, a coleta foi realizada no jornal digital G1, jornal selecionado sob o critério de ter acesso gratuito aos comentários, através do filtro de busca por nome, como “mulher”, “violência”, “discurso” e por filtro de data. Também foi verificado se as mesmas notícias haviam sido publicadas nas páginas de entretenimento Choquei e Alfinetei, páginas selecionadas sob o critério de serem as mais seguidas do país, nas plataformas do Instagram e do X. Os casos que estivessem sido publicadas pelas três plataformas, foram selecionadas para a análise do padrão de publicação. Assim como, teve a análise dos comentários dessas publicações.

Chegamos a 5 casos para a análise, dos quais 3 já foram examinados. Para que pudessemos avançar a pesquisa, adotaram-se alguns critérios de avaliação, como: a forma como essas notícias foram publicadas nas páginas e no jornal digital; as imagens e as manchetes utilizadas; a coerência entre a imagem e o título da notícia; a presença de títulos redigidos de maneira impactante com o objetivo de prender a atenção do usuário; o excesso de notícias sobre o mesmo assunto; a influência da forma de divulgação nos comentários dos usuários a intencionalidade em despertar a curiosidade do público; o uso de imagens chamativas com fins de repercussão; a reprodução de visões estereotipadas da mulher com o intuito de obter visualizações; e a indução a determinados tipos de interpretação por parte dos usuários.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os casos selecionados foram a) Ana Hickmann, que foi vítima de violência doméstica, patrimonial e psicológica, cometido por Alexandre Corrêa, que era o seu marido na época do ocorrido, em novembro de 2023; b) Beatriz Reis, participante do reality show Big Brother Brasil, em abril de 2024; c) Madonna, que esteve no Brasil para realizar um show gratuito na cidade do Rio de Janeiro, em maio de 2024.

O caso Ana Hickmann foi marcado por notícias falsas e um significativo apoio por parte das páginas de entretenimento ao seu agressor, Alexandre Corrêa, seu (agora) ex-marido. Utilização de imagens em que Alexandre aparece com semblante triste e chorando foram publicadas. O caso Beatriz Reis, foi evidente o foco em atrair críticas à sua aparência e personalidade. Comparações entre fotos de Beatriz e de outras participantes eram feitas de forma tendenciosa, utilizando ângulos desfavoráveis para a ex-participante. A notícia selecionada para o caso da cantora Madonna foi sobre a quantidade massiva



XVII SICTI
Seminário de Iniciação Científica,
Tecnológica e Inovação
X SIMIT
Simpósio de Inovação Tecnológica

**CIÊNCIA e
COOPERAÇÃO
na AMAZÔNIA**
**16 a 19 de
Setembro**
IFPA Campus Bragança

de espectadores que estavam presentes no seu show, esse caso ajudou a ilustrar a diferença de divulgação da informação divulgadas pela página de entretenimento Choquei e pelo jornal digital G1.

A análise das postagens nessas páginas revelou um comportamento comum por parte da Choquei e Alfinetei. Ambas adotam uma postura irônica ao transmitir as informações, tendo como ponto forte a utilização de fotos chamativas, buscando prender a atenção do usuário, para que o mesmo se sinta instigado a comentar. Além disso, fomentam o discurso de ódio com o uso de manchetes distorcidas e legendas tendenciosas ou incompletas, visando viralizar, gerar polêmica e aumentar o engajamento. Não somente isso mas também foi possível perceber que funcionam como canais de transmissão baseado na desinformação.

Uma tática que ocorre de maneira frequente na página da Choquei é a replicação de conteúdos: a Choquei reproduz no Instagram o mesmo título utilizado no X, mas apresenta a notícia como se tivesse sido publicada por terceiros, sejam eles pessoais ou de outras páginas de entretenimento, mesmo notícias de sua autoria.

CONCLUSÕES

Este trabalho buscou analisar a maneira como as notícias sobre mulheres são publicadas na internet e se levam os usuários a reproduzir falas de cunho odioso. Diante dos resultados que foram apresentados, nos levam a crer que há um incentivo ao discurso de ódio contra as mulheres, principalmente por parte das páginas de entretenimento, tendo uma diferença de transmissão de notícias entre essas páginas e o jornal digital.

Acerca dos questionamentos levantados durante esse trabalho, a preocupação primordial é como esses tipos de comportamentos estão sendo normalizados pela sociedade e, não somente isso, mas também como ocorre o engajamento (de maneira quase instantânea) a esses conteúdos produzidos em massa.

AGRADECIMENTOS

Agradecimentos ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), que financia esse projeto de pesquisa por meio de uma bolsa de iniciação científica, aprovado no EDITAL nº 05/2024 – PIBICTI/PROPPG/IFPA/CNPq. O referido projeto está vinculado ao Núcleo de Pesquisa em Educação e Cibercultura (NUPEC) do Instituto Federal do Pará (IFPA).

Referências

LINS, Beatriz. “A internet é o celular”: uma antropóloga entre smartphones, câmeras frontais e redes sociais. **Internet & Sociedade**, n. 2, v. 1, p. 150-177, 2020. Disponível em: <https://revista.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2020/12/A-internet-e%CC%81-o-celular.pdf>.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. Tradução Christine Rufino Dabat. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p. 71-99, jul./dez. 1995.

TELES, Maryana. **Notícias sensacionalistas sobre celebridades no Instagram**: análise dos perfis Choquei e Alfinetei. 24 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2022.

TRINDADE, Luiz Valério. **Discurso de ódio nas redes sociais**. São Paulo: Jandaíra, 2022.