

Clickbait machista: o sensacionalismo manifesto no jornalismo digital que explora a memória de mulheres¹

Victória Zilmara ALVES²
Rossana Iândja de Oliveira SILVA³
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo analisar, sob a luz do método de Análise do Discurso, como manchetes sensacionalistas do período de 2023 reforçam estereótipos de gênero e moldam a memória das mulheres na mídia. A proposta explora conceitos como sensacionalismo, *clickbait*, *fake news* e pós-verdade, evidenciando como o jornalismo, especialmente em veículos tradicionais como a Folha de São Paulo, utiliza estratégias narrativas para deslegitimar e distorcer a imagem feminina. O estudo concluiu como o jornalismo pode reforçar estereótipos de gênero, contribuindo para uma sociedade machista e patriarcal.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Gênero; Clickbait; Fake-News; Sensacionalismo.

INTRODUÇÃO

A cobertura midiática de mulheres, especialmente em situações de violência ou morte, muitas vezes se ancora em estratégias narrativas que perpetuam a desigualdade de gênero. Observamos que, em 2023, casos de expressivas personalidades femininas da mídia brasileira tiveram a sua morte atrelada a uso de *clickbait*s com apelo emocional e sensacionalista, moldando a memória dessas mulheres de forma distorcida e estigmatizante diante da sociedade. Tal abordagem busca chamar atenção do público a partir de exageros, drama e exploração emocional, além de ser estratégia de configuração estilística e narrativa de um conteúdo em mídias digitais com o objetivo de atrair a atenção do usuário para o clique em um link.

Visando a exposição dessa problemática, analisamos, por meio dos conceitos de Análise de Discurso (Orlandi, 1999), como essas manchetes são machistas e descredibilizam as mulheres pós morte. De acordo com o autor, “[...] o discurso é o lugar em que se pode observar essa relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desinformação, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Estudos da Mídia do PPgEM – UFRN, e-mail: victoria.alves.116@ufrn.edu.br

³ Mestranda em Estudos da Mídia do PPgEM - UFRN, e-mail: rossanaiaandjas@gmail.com

a língua produz sentidos por/para sujeitos” (Orlandi, 1999 p. 17). Tal definição indica como os discursos carregam diversos significados intrínsecos que muitas vezes não é identificado pela sociedade. A análise do discurso se impõe como uma ferramenta para compreender, questionar e entender as implicações presentes nos discursos.

As abordagens nas manchetes também estão interligadas a quatro conceitos: sensacionalismo, *clickbait*, *fake news* e pós-verdade. O sensacionalismo é um termo com estudos recentes e que “Está ligado ao exagero; à intensificação, valorização da emoção; à exploração do extraordinário, à valorização de conteúdos descontextualizados; à troca do essencial pelo supérfluo ou pitoresco e inversão do conteúdo pela forma” (Amaral, 2006, p.23).

Arelado a esse conceito, a *fake-news* também é um termo recente que corroi a confiança do jornalismo contemporâneo. De acordo com Allcott; Gentzkow *apud* Ferrari (2018), a *fake-news* diz respeito a notícias que são intencionalmente falsas e tem o objetivo de enganar os leitores. Esse cenário se agrava em um contexto de pós-verdade, no qual interpretações e versões dos fatos passam a ter mais relevância do que os acontecimentos em si. A verdade factual torna-se irrelevante diante da força das crenças, ideologias e emoções individuais, conforme define o Dicionário Oxford (2016), caracterizando circunstâncias em que fatos objetivos têm menos influência na formação da opinião pública do que apelos emocionais e convicções pessoais.

Segundo Lerner (2019), vivemos em sociedades patriarcais, onde a maneira de dominação é o machismo – que diz respeito a uma ideologia de supremacia masculina, onde tem o homem é superior e suas crenças sustentam a sociedade. A respeito dessa discussão, bell hooks (2020) destaca que as mulheres, sobretudo negras, vivem sendo bombardeadas diariamente por uma mentalidade colonizadora, que molda consciências e ações de todos. Podemos compreender que os meios de comunicação fazem parte desse processo, atuando como agentes que reforçam pensamentos machistas e influenciam a maneira como as mulheres são representadas.

Em um ambiente de desinformação, o uso do *clickbait* intensifica a banalização da comunicação e do jornalismo. Este tipo de conteúdo, que pode explorar o sensacionalismo, conteúdo provocador, boatos, escândalos, tragédias, fake news e até o sobrenatural, visa a propagabilidade (*spreadability*), sobretudo nas plataformas de redes

sociais, para atingir mais pessoas e atender às expectativas de um modelo de negócio baseado na publicidade digital (Zamith *et al.* 2019).

OS CASOS

O sensacionalismo e o *clickbait* se apresentam, por vezes, em portais de notícias considerados tradicionais e que se apresentam como produtores de jornalismo com credibilidade, assim como o Folha de São Paulo, estudado nesta presente pesquisa, a partir de três casos acontecidos no ano de 2023 – em fevereiro, maio e agosto, respectivamente; com três mulheres consideradas referências em suas devidas profissões, todas elas, atreladas à comunicação, arte (cinema, audiovisual e música) e relevância na TV brasileira.

Figura 1: Caso Glória Maria - 02/02/2023



Fonte: Google.com

É a partir de tal abordagem que – para alguns pode parecer sutil –, notamos como a mulher, mesmo após sua morte, não é respeitada. Se em vida a jornalista fazia de tudo para esconder a idade, como afirma a publicação, compartilhar a sua idade assim que ela se foi para o silêncio que tudo acolhe significa que sua vontade não foi respeitada.

Vilas Bôas (2020) garante que a trajetória de Glória Maria como repórter é singular. Simbolicamente, Glória foi a primeira repórter que entrou ao vivo na primeira matéria a cores em 1977, no Jornal Nacional. A pesquisadora cita ainda a cor de pele da jornalista, que pouco era frequente pessoas tão representativas naquele espaço midiático. Glória foi e é inspiração não apenas para mulheres negras, mas para todas as mulheres.

Ela desbravou caminhos que eram brancos e majoritariamente masculinos e conquistou o público de casa do início da sua carreira até o ponto final dela, no adeus.

Figura 2: Caso Rita Lee - 09/05/2023



Fonte: X/Folha de S. Paulo

Como uma alma selvagem e que não se escondia, Rita Lee passou pelo processo de desprestígio em seu obituário, informações relevantes não foram para a manchete, mas drogas e discos voadores, sim. Com uma carreira carregada de sucessos, a lenda do rock brasileiro teve muitas bandeiras políticas levantadas, pautas discutidas, mas a publicação da Folha evidencia no principal elemento de uma matéria – o título – que, a personalidade Rita Lee deveria ser lembrada sobre óvnis e drogas; e não sobre suas conquistas e sucessos, como é costume fazer em obituários – os de personalidades masculinas, ao menos – e tal decisão jornalística surte efeito contrário ao que se deve elucidar em um obituário, minimiza quem foi Rita Lee, a desprestigia como artista. Segundo o Michaelis (2025), a palavra desprestígio significa falta ou perda de prestígio, neste caso, no conteúdo produzido e destacado na postagem do X.

Com isso, podemos afirmar que há meios de comunicação que, em diferentes latitudes e temporalidades, mostraram interesse em desprestigiar ou banalizar mulheres. E a incorporação lenta de algumas reivindicações ou preocupações pontuais na agenda pública em geral não implicou em contemplar o marco explicativo da desigualdade de gênero (Laudano, 2007).

Figura 3: Caso Aracy Balabanian - 07/08/2023



Fonte: X/Folha de S. Paulo

O terceiro caso, assim como os dois primeiros estudados, também explora como uma mulher bem-sucedida pode ser reapresentada ao público após sua morte: no caso da Aracy, como a mulher que não quis ser mãe ou se casar, como se tais feitos fossem os mais importantes de sua carreira, e não os mais de 50 anos de televisão.

A atriz participou de mais de mais de 30 novelas, iniciou sua trajetória televisiva na TV Record, entre o final de 1964 e início de 1965 (CNN, 2023). No entanto, Aracy Balabanian teve sua estreia na TV Globo em 1972, onde trabalhou até o final de sua vida (CNN, 2023). Fatos estes que parecem não ter sido relevantes no título ou na prévia publicada na rede social X.

A partir das figuras acima é perceptível como a análise dos casos evidencia que a Folha de São Paulo, ao veicular textos após a morte das três personalidades femininas, recorreu a estratégias narrativas que reduzem suas trajetórias a aspectos particulares e superficiais de suas vidas pessoais. Por meio do exagero e da escolha sensacionalista dos títulos, o jornal reforça estereótipos de gênero, inferiorizando a memória dessas mulheres e esvaziando a relevância de suas conquistas públicas. Tal prática confirma a observação de Laudano (2007) segundo a qual os meios de comunicação, em diferentes contextos históricos, mostram interesse em desprestigiar e banalizar a imagem feminina.

Através da linguagem, das representações e da hierarquização das informações, o jornalismo pode fortalecer a perpetuação de desigualdades ao reproduzir discursos

heteronormativos. Isso pode levar à transformação de mulheres que não se encaixam em estereótipos tradicionais em figuras vilanescas, reforçando assim preconceitos. Além da linguagem, pelo menos outros dois pontos são fundamentais para analisar a notícia no que tange à cobertura sobre mulheres: o uso da imagem e a hierarquia dada ao texto dentro do veículo de comunicação (Mano, 2018). Ambos os pontos são evidentes nas figuras 1, 2 e 3.

CONCLUSÃO

A análise realizada neste estudo evidencia como o jornalismo pode reforçar estereótipos de gênero, contribuindo para uma sociedade machista e patriarcal. Tal estratégia utilizada no jornalismo “inferioriza as mulheres, de diferentes maneiras e em diferentes escalas, modelando a maneira como são vistas e tratadas no mundo público e em suas casas” Boccini, 2006 *apud* Mano, 2017.

Embora os meios de comunicação não sejam, por si só, a causa fundamental da condição de subordinação da mulher, exercem um papel central na construção do pensamento público. “[...] as mídias não são a própria democracia, mas são o espetáculo da democracia, o que talvez seja, paradoxalmente, uma necessidade” (Charaudeau, 2007, p.20). Tal construção da opinião pública é o que faz com que o jornalismo seja tão importante na sociedade, e ao mesmo tempo, que seja tão necessário questionar-se sobre as estratégias utilizadas na produção jornalística.

Por fim, a presente pesquisa buscou analisar e ressaltar as problemáticas, não só nos discursos dos conteúdos selecionados, mas também em uma estrutura machista e patriarcal. Bem como o quão significativa é a hierarquização das informações e as estratégias utilizadas para o fazer de um bom e democrático jornalismo, para assim, tentar transformar a sociedade em um lugar mais justo.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Márcia. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-verdade e fake news**. Reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias** / Patrick Charaudeau; tradução Angela S. M. Corrêa. 1. ed., 1ª reimpressão. – São Paulo: Contexto, 2007.

CNN. **Veja imagens da carreira da atriz Aracy Balabanian, que morreu aos 83 anos**. CNN BRASIL. Disponível em: <<https://encurtador.com.br/VUhLD>>. Acesso em: 29 abr. 2025.

FERRARI, Pollyana (org.). **Fluido, Fluxo**: Reflexões sobre imagens voláteis, gênero, pós-verdade, fake news e consumo neste tempo de espirais fluidas. Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2018.

GERALDES, Elen (org.). **Mídia, misoginia e golpe**. Brasília: FAC- UnB, 2016.

HOOKS, bell. **Ensinando pensamento crítico**: Sabedoria prática. São Paulo: Editora Elefante, 2020.

LAUDANO, Claudia. Medios de Comunicación. In: GAMBÁ, Suzana Beatriz (coord.). **Diccionario de género y feminismos**. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2007.

LERNER, Gerda. **A criação do patriarcado**: História da Opressão das Mulheres pelos Homens. São Paulo: Cultrix, 2019.

MANO, Maíra. **De um jornalismo sexista a um jornalismo com perspectiva de gênero**. Lutas Sociais, [S. l.], v. 21, n. 39, p. 09–20, 2018. DOI: 10.23925/lis.v21i39.35874. Disponível em: <https://encurtador.com.br/ztju7>. Acesso em: 1 abr. 2025.

MICHAELIS. Desprestígio | **Michaelis Dicionário On-Line**. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/busca?id=aw9N>>. Acesso em: 29 abr. 2025.

SANTAELLA, Lúcia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?**. Barueri-SP: Estação das Letras e Cores, 2018.

VILAS BÔAS, Valéria Maria. Mulher, Negra e Repórter: atravessamentos entre gênero, raça, subjetividade e telejornalismo na trajetória de Glória Maria. **Revista Eco-Pós**, [S. l.], v. 23, n. 3, p. 165–184, 2020. DOI: 10.29146/eco-pos.v23i3.27620. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27620/pdf. Acesso em: 29 abr. 2025.

ZAMITH, Felipe et al. **O clickbait no ciberjornalismo português e brasileiro**: o caso português. In: VI CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIBERJORNALISMO, 6. 2019, Porto. Anais [...]. Universidade do Porto, Faculdade de Letras, Porto, 2019. Disponível em: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/130312/2/430799.pdf>. Acesso em: 1 abr. 2025.