

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

NATHALIA NOLIBOS DA COSTA

**A PRODUÇÃO DE EFEITOS E SENTIDOS DAS MANCHETES DOS WEBJORNAIS
HEGEMÔNICOS, DURANTE A DECISÃO FINAL DO IMPEACHMENT DA
PRESIDENTA DILMA**

**São Borja
2016**

NATHALIA NOLIBOS DA COSTA

**A PRODUÇÃO DE EFEITOS E SENTIDOS DAS MANCHETES DOS WEBJORNAIS
HEGEMÔNICOS, DURANTE A DECISÃO FINAL DO IMPEACHMENT DA
PRESIDENTA DILMA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Marco Bonito

**São Borja
2016**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pela autora através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais).

d118p da Costa, Nathalia Nolibos

A produção de efeitos e sentidos das manchetes dos webjornais hegemônicos, durante a
decisão final do impeachment da presidenta Dilma / Nathalia Nolibos da Costa.

73 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade Federal do Pampa,
COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO, 2016.

"Orientação: Marco Bonito".

1. Manchetes. 2. Redes Sociais. 3. Discurso Jornalístico. 4. Portal Jornalístico . I. Título.

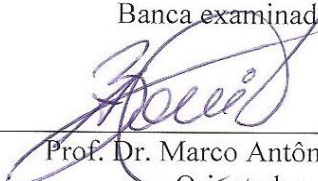
NATHALIA NOLIBOS DA COSTA

A PRODUÇÃO DE EFEITOS E SENTIDOS DAS MANCHETES DOS WEBJORNALS
HEGEMÔNICOS, DURANTE A DECISÃO FINAL DO IMPEACHMENT DA
PRESIDENTA DILMA

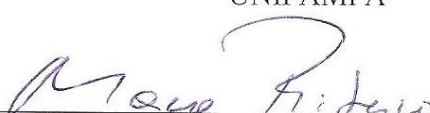
Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Curso de Jornalismo da Universidade
Federal do Pampa, como requisito parcial para
obtenção do Título de Bacharel em
comunicação.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 05, 12 e 2016

Banca examinadora:



Prof. Dr. Marco Antônio Bonito
Orientador
UNIPAMPA



Prof. Dr. Mara Rodrigues Ribeiro
UNIPAMPA



Prof. Dr. Sara Alves Feitosa
UNIPAMPA

Para meus pais João Alberto e Luciane e meu
namorado Alexandre, que sempre me apoiaram e
acreditaram no meu potencial.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus por me guiar nesta caminhada e não deixar que nenhum obstáculo fosse a causa para que eu desistisse.

Em segundo lugar agradeço a minha família, especialmente aos meus pais, João Alberto e Luciane pelo apoio, auxílio e por acreditarem em mim. Agradeço também ao meu namorado Alexandre, por me dar aquele empurrão quando pensava em desistir e pela paciência nos momentos difíceis e de cansaço.

Ao meu orientador, prof. Dr. Marco Bonito por estar durante esse tempo me acompanhando, auxiliando e compartilhando seus conhecimentos para que eu conseguisse concluir esta pesquisa com êxito.

Agradeço as professoras, Mara Ribeiro e Sara Feitosa por aceitarem compor a banca para avaliar minha pesquisa e complementar com seus conhecimentos e também aos demais professores, Tabita Strassburger, Vivian Belochio, Joseline Pipi, Alexandre Augusti, Leandro Comasseto, Miro Bacin, Adriana Duval e Geder Parzianello por todos os ensinamentos e lições durante os quatro anos de graduação.

Agradeço aos meus amigos, da graduação pra vida, Letícia Beilfuss, Bianca Garcia, Andrezza Lisboa, Vinícius Kuball e Marcus Sadok, pelo companheirismo e incentivo.

Enfim, agradeço a todas as pessoas que de uma maneira ou outra ajudaram e torceram para que realizasse meu sonho de chegar até aqui.

RESUMO

Os resultados do impeachment da presidenta Dilma Rousseff geraram discussões nas mídias digitais por se tratar de um assunto polêmico. Este trabalho Procura fazer uma análise das manchetes de cinco principais portais jornalísticos brasileiros durante a decisão final do processo de impeachment, realizado em agosto de 2016. Tem como objetivo fazer um estudo de caso nos discursos das manchetes e explorar os comentários das notícias de duas páginas dos Facebook: Caneta Desmanipuladora e Caneta Desesquerdizadora para compreender como se construiu o discurso jornalístico. Após a coleta e análise dos dados a abordagem metodológica utilizada para apresentar os resultados obtidos foi a quali-quantitativa. Por fim, esta pesquisa apresenta como resultado uma avaliação sintética dos discursos das manchetes e seus principais comentários referentes, para identificar se os efeitos e sentidos produzidos são positivos, neutros ou negativos.

Palavras-chave: Manchetes; Redes Sociais; Discurso jornalístico; Portais jornalísticos.

ABSTRACT

The results of the impeachment of president Dilma Rousseff generated discussions in the digital media because is a controversial subject. This paper seeks to make an analysis of the headlines of five main Brazilian journalistic portals during the final impeachment decision in August 2016. It aims to make a case study in the headline discourse and explore the commentaries of the news in two Facebook pages: Caneta Desmanipuladora and Caneta Desesquerdizadora to understand how the journalistic discourse was constructed. After collecting and analyzing the data, the methodological approach used to present the obtained results was qualitative-quantitative. Finally, this research presents as result a synthetic evaluation of the headlines discourses and their main commentaries, to identify if the effects and senses produced are positive, neutral or negative.

Key-words: Headline; Social Networks; Journalistic Discourse; Journalistic Portals.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Postagem da página Caneta Desmanipuladora de 1º de setembro.....	35
FIGURA 2 – Primeiro post na página do Facebook Caneta Desesquerdizadora de 26 de junho.....	36
FIGURA 3 – Print da tela do Portal Estadão com a editoria Estadão Ao Vivo.....	49
FIGURA 4 – Print da tela do Portal de Notícias G1 com a editoria “Impeachment”.....	50
FIGURA 5 – Print da tela do Portal do Jornal O Globo, editoria “impeachment”.....	51
FIGURA 6 – Print da tela da Folha de São Paulo, editoria “impeachment”.....	51
FIGURA 7 – Notícia publicada no Twitter do Jornal O Globo.....	52
FIGURA 8 – Notícia publicada no Twitter do Jornal O Globo.....	53
FIGURA 9 – Notícia do Twitter referentes à #impeachmentday.....	53
FIGURA 10 – Comentários de leitores na notícia do Estadão sobre o “tom” que seria empregado por Dilma Rousseff em seu discurso.....	55
FIGURA 11 – Comentário de um leitor a favor de Dilma na notícia.....	57
FIGURA 12 – Correção da manchete do Jornal O Globo feita pela página Caneta Desmanipuladora.....	58
FIGURA 13 – Correção de uma manchete da Folha de São Paulo feita pela página Caneta Desesquerdizadora.....	60
FIGURA 14 – Comentário de um leitor na postagem da Caneta Desesquerdizadora.....	61

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Esquema com o dia, portal e manchetes de notícias publicadas na semana do julgamento do impeachment da presidenta Dilma Rousseff usadas para análise.....	46
TABELA 2 – Critérios para análise e separação dos comentários.....	49
TABELA 3 – Número de comentários analisados nas notícias referentes à reunião entre Dilma e aliados para debaterem sobre questões do seu depoimento.....	54
TABELA 4 – Número de comentários analisados em duas notícias referentes a fala dos senadores sobre o tom que seria usada por Dilma em seu depoimento.....	55
TABELA 5 – Número de comentários analisados em duas notícias referentes ao que a imprensa internacional vinha divulgando sobre o impeachment.....	56
TABELA 6 - Número de comentários analisados em duas notícias referentes ao que pensavam os senadores, a favor e contra Dilma, logo depois de seu depoimento.....	57
TABELA 7 - Número de comentários analisados na página do Facebook Caneta Desmanipuladora sobre a manchete da notícia divulgada pelo Jornal O Globo referente à reunião entre Dilma e aliados.....	59
TABELA 8 - Número de comentários analisados na página do Facebook Caneta Desesquerdizadora.....	60

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Porcentagem de comentários analisados	62
GRÁFICO 2 – Relação dos comentários da página do Facebook Caneta Desmanipuladora.	63
GRÁFICO 3 – Relação dos comentários da página do Facebook Caneta Desesquerdizadora.	63

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1 DO JORNALISMO AO WEBJORNALISMO	16
1.1 O discurso jornalístico nas manchetes e títulos.....	19
1.2 O discurso nas redes sociais.....	22
1.3 Portal Jornalístico.....	26
2 JORNALISMO POLÍTICO	29
2.1 A construção do discurso webjornalístico nas redes sociais digitais	31
2.2 As páginas Caneta Desmanipuladora e Caneta Desesquerdizadora.....	34
2.3 A construção da produção de sentidos das manchetes do webjornalístico.....	38
3 PROCESSO METODOLÓGICO E ANALÍTICO	42
3.1 Metodologia.....	44
3.2 Desenvolvimento e análise da pesquisa empírica.....	47
3.3 Análise dos resultados obtidos.....	61
CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68

INTRODUÇÃO

Desde o surgimento do computador e, mais recentemente, a popularização da internet tivemos mudanças significativas na forma de comunicar e também de disseminar informações. Foi a partir de 1995, que a internet chegou ao alcance das pessoas, inicialmente era apenas utilizada por empresas e em escolas, entretanto, logo começou a ser usada em computadores pessoais.

Além da possibilidade de comunicação, também envolveu dificuldades e desafios para as empresas jornalísticas, pois, até então, havia um modelo tradicional de jornalismo que teve que se integrar a esse novo meio. As novas tecnologias e o Webjornalismo permitem que qualquer pessoa possa transmitir informações, “os usuários deixam de ser apenas consumidores e passam a ser também produtores e distribuidores de informação”, (LONGUI ; DE SOUSA, 2012, p.516), com isso, há um campo fértil para circular muitas notícias falsas ou mal apuradas dentro da internet, entretanto, a tecnologia com as redes sociais não servem apenas para fins escusos, permite, por exemplo, a participação dos leitores, seja pela opinião ou por sugestão de pautas. Contudo, de acordo com Primo e Trasel (2006), “no webjornalismo, a simples navegação por entre as páginas digitais do site já é um processo de interação” (PRIMO ; TRASEL, 2006, p.10), ou seja, não é necessário que o leitor participe com comentários ou sugestões para estar interagindo com os meios de comunicação.

A mídia carrega consigo uma grande carga de importância, pois é por meio dela que os cidadãos interagem com o que acontece no mundo, “ocupa um lugar de destaque no universo de referência de todos os indivíduos” (ALDÉ, 2004, p.119). Sendo assim, as pessoas costumam levar essas referências em questões que envolvem assuntos polêmicos como política, principalmente, em casos como o que analisaremos nesta pesquisa, a decisão final do processo de impeachment, que requerem uma capacidade de interpretação e de formação de opinião, o discurso dos jornalistas contribui para novas formas de pensar dos cidadãos.

Pensando na interpretação por parte dos leitores, “o que os textos da mídia oferecem não é a realidade, mas uma construção que permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação da sua relação com a realidade concreta” (GREGOLIN, 2008, p.16), é o que pretendemos expor ao decorrer desta pesquisa, no qual os efeitos e sentidos produzidos aos leitores é algo que é independente de cada indivíduo.

Esta pesquisa tem como propósito analisar as manchetes, levando em conta os efeitos e sentidos produzidos pelo discurso dos comentários, por isso, a justificativa se baseia em que

o discurso jornalístico é muito significativo para a sociedade, pois é por ele que transmitimos as informações e geramos os conhecimentos que fazem parte do dia a dia das pessoas. O discurso é construído pela “[...] organização e produção de conhecimentos, na troca de experiências, na produção/reprodução de formas simbólicas, na gestão dos conflitos e na elaboração dos conteúdos éticos que configuram a prática social.” (MARQUES, 2008, p.01). Em virtude disso, as pessoas esperam que o discurso jornalístico seja sempre verdadeiro, contendo as informações corretas e isso faz com que os leitores adquiram confiança no discurso das empresas jornalísticas e aí entra outro ponto, a credibilidade e a ética no jornalismo.

No âmbito social esta pesquisa se justifica em função das novas práticas jornalísticas nas redes sociais digitais e da própria cibercultura que promove consumo, produção e reprodução de conteúdos na web. Neste sentido, a internet proporcionou um novo modelo de jornalismo, onde o discurso das manchetes precisa chamar mais a atenção dos leitores do que as notícias em si e isso faz com que algumas manchetes remetam uma ideia diferente do que está escrito no texto. A importância da pesquisa se dá porque com ela podemos entender como é feita a construção das manchetes das notícias para as redes sociais que pode mudar de empresa para empresa e como os vários discursos podem mudar efeitos e sentidos produzidos aos leitores.

O objetivo principal dessa pesquisa é analisar as manchetes de portais jornalísticos durante o período de julgamento do impeachment da presidenta Dilma Rousseff, levando em consideração a produção de efeitos e sentidos que elas geram aos leitores.

A pesquisa foi estruturada da seguinte maneira, no primeiro capítulo buscamos trazer referências do contexto histórico desde o surgimento do jornalismo até o Webjornalismo. Dentre essas questões abordamos questões relevantes do jornalismo até as características do Webjornalismo propostas por Marcos Palacios, que são o grande diferencial do jornalismo digital e dos conceitos de jornalismo na Web, apresentados por Luciana Mielniczuk. Para entendermos a importância do discurso jornalístico dentro desse contexto utilizamos as ideias de Patrick Charaudeau e, conseqüentemente, entramos no discurso das manchetes e títulos que é a grande referência para esta pesquisa, em conseqüência das novas possibilidades do Webjornalismo, também pesquisamos sobre as redes sociais digitais que fazem cada vez mais parte do jornalismo, pois muitas vezes são usadas como uma forma de transmissão e recepção de informações e que são bastante utilizadas pelas empresas jornalísticas.

Além do conceito das manchetes e o de redes sociais, exploramos a definição e características dos portais jornalísticos, no qual também é um dos pontos principais que tratamos nesta pesquisa, por isso, buscamos trazer um pouco da história, dos sites aos portais e também como eram tratados os sites logo que surgiram, no qual era uma transposição do conteúdo do jornal impresso, mas que era uma ideia nova ao jornalismo que ao decorrer dos anos foi se transformando em uma referência e conceito jornalístico.

No segundo capítulo, desenvolvemos o conceito de jornalismo político desde o início, quando o jornalismo era praticamente partidário até o que vemos agora. O período que analisamos foi durante um conturbado momento na política brasileira e em consequência de várias ações que vem agredindo a política, o caso do impeachment da presidenta Dilma Rousseff, que gerou revolta e discussões em torno do assunto. Com isso, trazemos exemplos de duas páginas do Facebook, Caneta Desmanipuladora e Caneta Desesquerdizadora, que tem a mesma proposta, entretanto, visões diferentes, uma de esquerda e outra de direita.

Para finalizar, em um terceiro e último capítulo apresentamos todas as etapas da metodologia usada nesta pesquisa, bem como, a análise que desenvolvemos nas manchetes escolhidas que foram divulgadas por grandes portais jornalísticos, Estadão, Portal de Notícias G1, Jornal O Globo, Folha de São Paulo e Jornal Zero Hora. A metodologia se baseia em um estudo de caso, durante o período de análise, nos cinco portais, após isso utilizamos uma abordagem quali-quantitativa para apresentarmos os resultados do que foi analisado. Os resultados obtidos tendem a suprir os objetivos propostos de entender como são produzidos os efeitos e sentidos das manchetes aos leitores através dos comentários.

Como considerações finais, realizaremos um levantamento das questões que foram discutidas as decorrer da pesquisa fazendo a ligação com os resultados obtidos na análise, bem como, se os objetivos propostos no projeto da pesquisa foram sanados e os conhecimentos que foram adquiridos durante esse processo.

1 DO JORNALISMO AO WEBJORNALISMO

Desde seu surgimento, o jornalismo teve um grande papel à sociedade. O jornalismo como uma nova forma de comunicação traria as pessoas outras oportunidades de se expressarem dentro da comunidade e ficarem a par de tudo o que acontece no país e no mundo, entretanto, nem sempre foi assim como estamos acostumados a ver hoje, um jornalismo independente e cheio de recursos. Para chegar ao jornalismo de hoje ele passou por grandes processos e evoluções. Mas o que de fato é o jornalismo? Para Kovack e Rosenstiel (2004), “definir o jornalismo é limita-lo”, pois os jornalistas “se preocupam com o fato de que uma definição específica de jornalismo tornará a profissão mais resistente às mudanças ao longo do tempo, o que poderia ocasionar até o desaparecimento da profissão”. (KOVACH E ROSENTIL, 2004, p.32). Além disso, “a imprensa nos ajuda a definir nossas comunidades, nos ajuda a criar uma linguagem e conhecimentos comuns com base na realidade”, (KOVACH E ROSENTIL, 2004, p. 31), sendo assim, as pessoas necessitam da informação e do conhecimento.

A imprensa demorou a chegar ao Brasil em razão da censura por parte da Coroa Portuguesa e autoridades e dos poucos recursos para impressão, desta forma, o jornal Correio Braziliense, o primeiro do país, era impresso na Inglaterra. Segundo Romancini (2007), a primeira tentativa de implantar a tipografia no Brasil foi em 1630, entretanto, quando a notícia chegou aos ouvidos das autoridades de Lisboa, no ano de 1747, ordenaram que o local onde se encontrava a tipografia fosse fechado. Durante o ano de 1746, o português Antônio Isidoro da Fonseca, mantinha uma oficina de tipografia no Rio de Janeiro e com isso conseguiu imprimir folhetos e até livros, o que antes era um longo trabalho árduo, pois tinham que ser feitos um a um manualmente. Depois de um longo período foi no ano de 1808 que ficou marcado o início da imprensa no Brasil e em 1822, a história da imprensa brasileira. (ROMANCINI, 2007, p.16).

Logo que o jornalismo começou a se desenvolver ocorreram várias transformações, não era mais só a página de um jornal impresso preto e branco com grandes blocos de textos, mas “[...] a imprensa conheceu múltiplos processos de inovação tecnológica que permitiram o uso de ilustração diversificada – charge, caricatura, fotografia [...]” (MARTINS, A.L. e DE LUCA, T.R, 2008, p. 83), além da qualidade da impressão que ia sendo melhorada. Naquele tempo o telefone e o telégrafo tiveram grande participação no jornalismo, pois eles permitiam com facilidade a transmissão das informações.

Consequentemente, depois do jornal impresso veio o rádio e a televisão. A primeira transmissão de rádio foi feita pelo padre Roberto Landell de Moura,

[...] a transmissão entre a Avenida Paulista e o bairro de Sant'ana, sem a ajuda de fios, de sua própria voz, através da irradiação de uma onda eletromagnética, em junho de 1900, na presença de autoridades e da imprensa, 22 anos antes do Centenário da Independência. (GONTIJO, 2004, p.355).

Anos depois com o surgimento da televisão, as outras mídias sofreram um impacto, pois até então havia apenas o cinema que comportava imagem, som e vídeo e já proporcionava ao telespectador “[...] a capacidade de *tele-ver*, ver a distância.” (GONTIJO, 2004, p.399) e não exigia uma grande capacidade de compreensão como no rádio, que era necessário prestar a atenção no que estava sendo dito, apenas uma única vez, ou seja, a capacidade de ouvir e saber interpretar ao mesmo tempo, contando que naquela época grande parte da população era analfabeta.

Já em 1995 a internet chega ao Brasil e, de acordo com Gontijo (2004), “o primeiro sistema de rede brasileiro”, foi no ano de 1981, com o Projeto Ciranda que conectava os computadores dos funcionários da empresa Embratel.

A internet transformou o jornalismo, pois poderia incluir todas as mídias (texto, áudio, vídeo e fotografia), os textos não tinham limites, a capacidade de utilizar várias fotografias coloridas e as informações poderiam ser instantâneas e com conteúdo atualizado, “a rede mundial de computadores é um novo meio de comunicação, uma nova mídia ou um novo suporte [...]” (DALMONTE, 2009, p.119), uma nova mídia com capacidade de comportar todas as outras, impresso, televisão e rádio.

Para designar jornalismo na web, Mielniczuk (2003) apresenta cinco termos, são eles, Jornalismo Eletrônico, Jornalismo Digital, Ciberjornalismo, Jornalismo Online e Webjornalismo. O que mais se enquadra nesta pesquisa é o Webjornalismo, pois “[...] refere-se a uma parte específica da internet que disponibiliza interfaces gráficas de uma forma bastante amigável” (MIELNICZUK, 2003, p. 26), ou seja, a pessoa não precisa necessariamente saber de programação para poder usufruir dos recursos na internet. O diferencial dos conteúdos jornalísticos produzidos para a web são as características do Webjornalismo elencadas por Palacios (1999), são elas, Multimídia/ Convergência, Interatividade, Hipertextualidade, Personalização e Memória. Para completar, Mielniczuk acrescentou uma sexta característica, a Instantaneidade. Esse diferencial do Webjornalismo contempla matérias com texto, imagem, vídeo e áudio (Multimídia/ Convergência),

possibilita as pessoas entrar em contato com as empresas jornalísticas por formulário, e-mail, enviar sugestões de pautas, participar com comentários em grupos de discussão (Interatividade), o uso de hiperlinks para fazer linkagens com outras matérias do mesmo assunto (Hipertextualidade), em alguns sites os leitores podem escolher um tema ao acessar a página e também o tipo de notícias do seu interesse (Personalização) e por fim as notícias devem ser atualizadas instantaneamente (Instantaneidade).

Portanto, nem sempre os sites foram assim como vemos hoje, lá no início algumas empresas de jornal impresso criavam sites com o conteúdo exatamente igual ao do impresso, separando algumas matérias principais, “esse material era atualizado a cada 24 horas, de acordo com o fechamento das edições do impresso”, (MIELNICZUK, 2003, p.32), sendo assim, não eram utilizados os principais recursos que a internet pode disponibilizar, caracterizando assim a primeira geração do Webjornalismo. Já na segunda geração, os recursos da web começavam a ser explorados,

Ao mesmo tempo em que se ancoram no modelo do jornal impresso, as publicações para a *web* começam a explorar as potencialidades do novo ambiente, tais como *links* com chamadas para notícias de fatos que acontecem no período entre as edições; o *e-mail* passa a ser utilizado como uma possibilidade de comunicação entre jornalista e leitor ou entre os leitores, através de fóruns de debates e a elaboração das notícias passa a explorar os recursos oferecidos pelo hipertexto. (MIELNICZUK, 2003, p.34)

Nota-se que nesta geração os recursos de interação entre jornalista e leitor já são bem utilizados, o que é muito importante na troca das informações e as notícias começam a ser pensadas no modelo da internet.

Na terceira geração, “são sites jornalísticos que extrapolam a ideia de uma versão para a web de um jornal impresso já existente” (MIELNICZUK, 2003, p.36). Segundo Mielniczuk (2003), nesta fase já são bastante explorados os recursos de multimídia (texto, som, vídeo, fotografia, animações), interatividade por meio de chats, fóruns e enquetes e o hipertexto que ajuda a enriquecer a notícia com informações semelhantes e relevantes ao conteúdo.

Como a tecnologia está sempre em constante evolução, o Webjornalismo não para na terceira geração. Schwingel (2005) propõem uma quarta geração do jornalismo digital, caracterizada pelo uso de grandes bancos de dados e o uso de linguagem de programação como, Twiki, PHP, Pearl, XML assim como, Barbosa (2012), apresenta a quinta geração marcada pelo uso das mídias sociais e dos aplicativos no jornalismo.

Desde a não obrigatoriedade do diploma para exercer a profissão qualquer pessoa pode ser jornalista, mas a responsabilidade de quem se diga “jornalista” vai muito além do que vemos no dia a dia, não é apenas saber escrever uma notícia, e sim saber interpretar, lidar com as fontes e saber transmitir a informação. Em virtude disso, o jornalista como formador de opinião precisa ter total responsabilidade, pois seu discurso tem grande importância. O discurso jornalístico nas manchetes é o que trataremos a seguir.

1.1 O discurso jornalístico nas manchetes e títulos

Discurso é a linguagem comunicativa entre dois ou mais sujeitos que exige compreensão da situação que está sendo dita, sendo assim, “a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento.” (ORLANDI, 2010, p.15), ou seja, no processo discursivo tem sempre um sujeito falante, e assim um discurso que percorre até outro sujeito e esse tem que se fazer compreensível. Para Marques (2008), o discurso resulta de um “[...] processo social de construção da realidade, definido por certas condições factuais, regras e convenções narrativas que vão desde as regras sintáticas e semânticas até as normas ético-pragmáticas do falar” (MARQUES, 2008, p.02), segundo a autora, essas “regras e convenções” estabelecem um vínculo entre o jornalista e o leitor, além disso,

o discurso jornalístico é sobretudo o relato dos acontecimentos que tiveram lugar recentemente, relato que é produzido como notícia e que circula regularmente no nosso dia a dia através dos diferentes dispositivos da informação” (MARQUES, 2008, p. 02).

Portanto, tudo o que é noticiado pelos jornalistas é considerado um discurso jornalístico, seja ele de qualquer forma e por qualquer meio. De acordo com Charaudeau (2006), a informação como discurso:

resulta da combinação das circunstâncias em que se fala ou escreve (a identidade daquele que fala e daquele a quem se dirige, a relação de intencionalidade que os liga e as condições físicas da troca) com a maneira pela qual se fala. É, pois, a imbricação das condições extradiscursivas e das relações intradiscursivas que produz sentido. Descrever sentido de discurso consiste, portanto, em proceder a uma correlação entre dois polos. (CHARAUDEAU, 2006, p. 40)

Por outro lado, Charaudeau (2006), diz que a informação midiática fica prejudicada, pois “[...] a intenção da fonte de informação, não coincidem necessariamente com os efeitos produzidos no alvo, pois este reconstrói implícito a partir de sua própria experiência social, de

seus conhecimentos e crenças” (CHARAUDEAU, 2006, p.59), para isso o autor usa como exemplo as manchetes dos jornais, que segundo ele, são diferentes porque na concorrência é necessário que os jornais transmitam efeitos diferentes aos leitores, isto é, nas mídias cada receptor terá uma visão e interpretação do que foi dito pelo emissor baseado nos seus conhecimentos anteriores, além disso, cada receptor compreende de maneira distinta o que está sendo dito.

Sendo assim, o discurso é uma troca de conversa entre indivíduos, quem fala e a quem ele se dirige ou a quem interferiu no discurso. Do mesmo modo que para Benetti (2008), o jornalismo como discurso só existe se for entre sujeitos, um que emite e outros que compreendem. Inclusive, o discurso deve haver um sentido que é “construído pela ação linguageira do homem em situação de troca social” (CHARAUDEAU, 2006, p.41), ou seja, vai sendo construído durante o processo de compreensão e interpretação da linguagem. Para que haja um discurso é preciso de pelo menos dois sujeitos, o emissor e o receptor. Ao emitir tal informação deve-se pensar até que ponto o meu receptor conhece sobre o assunto, pois o receptor pode não compreender o que emissor quer dizer e ficar com uma má interpretação do fato e isso no jornalismo é algo que deve ser evitado.

O jornalismo como o espelho da realidade, deve transmitir os fatos como eles realmente são sempre buscando a verdade, porém,

Não é possível enunciar sem construir, pela linguagem, uma arquitetura complexa que articule a percepção da realidade, a interpretação do que se percebe e se quer enunciar e a escolha de estratégias que permitam propor significados. (BENETTI, 2008, p.18)

Portanto, o jornalista precisa criar a sua própria interpretação para poder compreender os fatos, mas sempre deve levar em conta que seus leitores não terão a mesma percepção da realidade que ele, ou seja, os significados podem ser diferentes dependendo do tipo de leitor. Também, o jornalista nunca deve levar qualquer informação para o lado pessoal, escondendo um lado do acontecimento, com isso, não estaria reproduzindo a realidade. O profissional também deve ter consciência do que pode ser notícia, saber conhecer os seus leitores, para quem escreve e agir de acordo com suas características, fazendo com que o receptor interprete e compreenda o que está sendo dito no discurso.

Depois de entendermos o que é o discurso jornalístico, entramos na importância do discurso das manchetes das reportagens. As informações passam por um longo processo até chegar ao que assistimos, ouvimos ou lemos em nossa casa. No meio de todo esse processo existem os editores, repórteres, cinegrafistas, auxiliares e os entrevistados. Com isso, muitas

vezes na pressa de divulgar a informação, quem cria o título da reportagem é o próprio editor fazendo com que haja falhas no discurso, usando, por exemplo, uma palavra que pode trocar todo o sentido da narrativa, isso acontece porque não foi ele que estudou e escreveu sobre aquele acontecimento.

Além de o jornalista saber escrever o lead¹ da notícia, que é parte mais importante, pois respondem as principais informações, ele deve saber escrever muito bem um título, pois dentro de uma peça jornalística pode ser considerado o elemento mais importante, “o título serve assim para informar, cativar, prender o leitor, despertando a sua atenção e curiosidade” (GRADIM, 2000, p.53), é por ele que o leitor decide se aquele texto é de seu interesse, assim como também é o primeiro elemento de um texto que o leitor tem contato. Sendo assim, o título deve ser o último item do texto a ser feito contando que ele precisa ser conciso e objetivo. E de acordo com Gradim (2000), “o título é sempre o mais delicado e o mais difícil de obter numa peça jornalística” (GRADIM, 2000, p.52), criar um título não é algo tão simples, visto que é preciso resumir o conteúdo em poucas palavras, mas sempre deixando de uma forma atrativa, de fácil compreensão e principalmente informativo.

Com a internet e a pressa por divulgar as informações acabam ultrapassando algumas regras básicas na hora de criar a manchete da notícia. No jornalismo diário, mais precisamente nos sites, vemos casos de títulos mal feitos que enganam o leitor, isto é, remetem a uma ideia diferente da que o texto traz só para fazer com que o leitor clique no link da notícia gerando mais acessos ao site. No Webjornalismo poderia ser considerado como uma estratégia dos veículos de comunicação, mas é algo totalmente antiético com o leitor. A pressa de divulgar a informação acaba enfraquecendo o texto, “um mau título, como um mau lead, pode matar a melhor peça jornalística” (GRADIM, 2000, p.53), se o título não for bom o leitor não sentirá interesse pela notícia. Inclusive, quem escreve o título deve tomar muito cuidado com palavras que tenham duplo sentido. Segundo Gradim (2000), a dificuldade que se tem de produzir um texto é de “reunir numa única frase alguma informação” (GRADIM, 2000, p. 53), pois no título deve conter uma espécie de resumo, ou seja, é preciso resumir uma notícia inteira em poucas palavras, não mais que duas linhas.

Dessa maneira, muitas pessoas compartilham informações erradas porque o título não é objetivo e este transmite uma ideia totalmente diferente do conteúdo da notícia. Hoje em dia com a internet e as redes sociais digitais nos deparamos com isso, pessoas que só leem os títulos e se o assunto é do seu interesse compartilham em seus perfis. Portanto, trataremos no

¹ O lead são as cinco perguntas que o jornalista deve responder ao escrever uma matéria. O que, quem, quando, porque, como e onde, respondem as principais informações que devem estar no início do texto.

próximo tópico o surgimento das redes sociais e, por conseguinte, as redes sociais digitais e o que elas influenciam na transmissão do discurso jornalístico.

1.2 O discurso nas redes sociais

As redes sociais não surgiram na internet, como a maioria das pessoas acreditam, muito antes da internet já havia o conceito de “redes” que eram caracterizados pela junção de um ou mais sujeitos que compartilhavam de interesses em comum, podendo ser uma rede em família ou entre amigos. Essas redes sociais surgiram com a necessidade que as pessoas tinham em trocar experiências e conhecimentos entre elas e isso acabou se tornando mais fácil com a chegada da internet, conseqüentemente, com a propagação das redes sociais digitais que fez com que esse conceito não desaparecesse e tivesse a proporção que tem hoje.

Muito antes do surgimento da internet, por volta de 1930, o escritor Frigyes Karinthy apresentou a teoria dos seis graus de separação, na qual defende a ideia de que apenas seis vínculos separam duas pessoas. Por volta de 1967, o psicólogo Stanley Milgram, através de estudos científicos confirmou esta teoria. Os estudos foram realizados nos EUA, na parte prática era:

[...] enviado para cada uma das pessoas correspondência com a indicação para que a mesma chegasse a uma pessoa-algo, oriunda de Sharon, Massachussets, a trabalhar em Boston. A mensagem não poderia ser enviada diretamente, mas através de amigos, contatos ou pessoas que a conheciam pessoalmente e que a pudessem ajudar na sua entrega. (COUTO, 2011, p. 27)

Portanto, a correspondência passou por seis pessoas até chegar ao seu destinatário, e vale ressaltar que só podia passar por amigos ou conhecidos, não podendo passar por qualquer pessoa. Após esse procedimento Stanley Milgram confirmou que entre duas pessoas existem apenas seis outras pessoas que os separam. Os estudos práticos da teoria dos seis graus de separação explica a lógica da formação das redes sociais, pois entre as seis pessoas havia um interesse em comum, que era o de fazer a correspondência chegar ao seu destino final e para isso foram usados os laços de coletividade.

Antes de entrarmos no contexto de redes sociais digitais, precisamos entender o que são os “atores”. Raquel Recuero (2009) salienta que para compreendermos as informações dentro da rede precisamos entender o que são os atores “[...] o primeiro elemento da rede social, representados pelos nós (ou nodos)” (RECUERO, 2009, p. 23), mas que segundo ela não são “atores sociais”, são representações de atores sociais, não necessariamente o ator está

representado por uma pessoa. Os atores sociais “são espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade” (RECUERO, 2009, p. 25-26), e também podem ser compostos por “[...] fontes de notícia (outros sites, portais, etc); as ferramentas (no Facebook, o “curtir”, no Twitter, o retuite; nos portais, “comentar esta notícia”, por exemplo), o próprio perfis com suas ferramentas (fotos e dados do usuário, por exemplo)” (LONGUI e SOUSA, 2012, p.515). De acordo com Recuero (2009), também é necessário “colocar rostos nas informações que gerem individualidade e empatia na informação geralmente anônima no ciberespaço. Este requisito é fundamental para que a comunicação possa ser estruturada” (RECUERO, 2009, p. 25), ou seja, propor formas de criar um caráter próprio dentro da rede, no qual seja possível compreender os tipos de interesses daquele sujeito. Portanto, a interação entre atores na rede é extremamente importante no contexto desta pesquisa, pois o que é garantido nas redes sociais digitais ou nos próprios portais jornalísticos é essa interação em forma de comentários e curtidas.

Com os aparelhos eletrônicos e a tecnologia que evolui constantemente, depois dos notebooks e netbooks, que são aparelhos menores se comparados aos desktops, a chegada dos *smartphones* e *iphones* facilitou ainda mais a conexão com o mundo da internet e a interação, pelo próprio aparelho celular que pode ser levado facilmente para qualquer lugar, assim como, o acesso a internet gratuita em lojas, restaurantes, espaços públicos e etc.

As redes sociais digitais, “[...] funcionam como espaços para o compartilhamento de informação e do conhecimento” (TOMAÉL; ALCARÁ; DI CHIARA, 2005, p.94), que pode ser gerado e transmitido para pessoas de qualquer lugar do mundo, sejam amigos reais ou apenas virtuais. As redes sociais digitais fizeram com que as pessoas ficassem dependentes dessa conexão, de estar sempre ligado ao que acontece. O que antes poderia ser visto como um empecilho na vida das pessoas e no ambiente de trabalho, hoje, a maioria das empresas disponibiliza internet para seus funcionários utilizarem durante o expediente e assim as redes sociais estão tomando o lugar dos e-mails, pois é utilizada muitas vezes para entrar em contato com clientes, visto que pode ser mais acessível e rápida.

Entretanto, as redes sociais digitais também possibilitam a disseminação de notícias, em razão disso, os sites de conteúdo jornalístico precisaram criar perfis nas redes sociais para compartilhar as notícias que publicavam em seus sites, “para se integrar neste novo contexto comunicacional e encontrar modelos que permitam manter a liderança, a lucratividade e a fidelidade de seus públicos” (NICOLETTI, 2012, p.68), inclusive, acabaram ganhando mais

visualizações, visto que as pessoas passam muito tempo navegando na internet e que os compartilhamentos aparecem no feed de notícias do Facebook alcançando um maior número de visualizações. De acordo com RECUERO (2000), as redes sociais ampliaram a capacidade de difusão das informações:

Nas redes sociais online, essas informações são muito mais amplificadas, reverberadas, discutidas e repassadas. Assim, dizemos que essas redes proporcionaram mais voz às pessoas, mais construção de valores e maior potencial de espalhar informações. São, assim, essas teias de conexões que espalham informações, dão voz às pessoas, constroem valores diferentes e dão acesso a esse tipo de valor. (RECUERO, 2000, p.25).

Portanto, as redes sociais digitais acabam criando um ciclo para circulação de informações. Não só as redes sociais em si, mas a internet possibilita que qualquer pessoa seja disseminadora de informações utilizando seus perfis pessoais nos diversos canais e timelines nas redes. As informações são compartilhadas por milhares de pessoas ao redor do mundo, publicadas instantaneamente e atualizadas a qualquer momento. De acordo com Canavilhas (2010), não só os jornalistas, mas os leitores também estão disseminando notícias, “[...] funcionando como uma espécie de novos *gatekeepers*² que comentam e selecionam as notícias mais interessantes para os seus amigos (*Facebook*) ou seguidores (*Twitter*).” (CANAVILHAS, 2010, p. 03), bem como, curtir, compartilhar e comentar qualquer post³ no Facebook, aumenta o alcance das pessoas, fazendo com que as redes sociais sejam ótimas aliadas para os sites de notícias.

Para o jornalismo, segundo Recuero (2000) a grande importância é que as redes sociais atuam como fontes, filtros ou como espaço de reverberação das informações, essas relações que são importantes para o jornalismo:

Essas, assim, são complementares à função jornalística, não tendo o mesmo comprometimento que estes para com a credibilidade da informação, mas auxiliando a mobilizar pessoas, a construir discussões e mesmo, a apontar diversidades de pontos de vista a respeito de um mesmo assunto. (RECUERO, 2000, p.11).

Dessa maneira, as redes sociais permitem as pessoas estimular a sua capacidade de compreensão e interpretação sobre determinados assuntos discutidos pela mídia. Há um tempo a participação dos leitores só era possível por cartas ou telefones, hoje os leitores tem

² Uma das teorias do jornalismo. O termo “gate” significa portão, ou seja, as notícias sempre precisam passar por um portão (o jornalista), para saber o que será e vale a pena ser noticiado. Esta teoria presume que as notícias são como são porque os jornalistas assim as determinam.

³ Qualquer texto postado em redes sociais, blogs ou sites.

um espaço aberto para atuarem como comentaristas do discurso jornalístico, além disso, esses comentários podem gerar novas pautas e assim segue o ciclo desse “espaço de reverberação das informações” como explica a autora, sendo assim, essa participação dos leitores é muito importante para o jornalismo.

Inclusive, Recuero (2012) também fala em credibilidade que tem grande importância dentro do jornalismo e que muitas vezes as redes sociais digitais deixam a desejar nesta parte, pois não se pode confiar em tudo o que é transmitido na internet, visto que é comum aparecer piadas ou comentários que “não são necessariamente enquadradas dentro dos valores notícias característicos do texto jornalístico” (RECUERO, 2012, p.12). Entretanto, Recuero (2012) salienta para a ideia de que “ao repassar informações que foram publicadas por veículos, os atores estão dando credibilidade ao veículo e tomando parte dessa credibilidade para si [...]” (RECUERO, 2012, p.09), ou seja, é muito mais viável compartilhar as informações publicadas por um veículo com credibilidade do que sites que não são tão conhecidos, para não acabar gerando aquele ciclo de notícias falsas dentro das redes sociais. Por fim, a teia que envolve todo o processo da notícia dentro das redes sociais são as

[...] organizações noticiosas (que publicam a informação jornalística), os usuários (que comentam, replicam, ressignificam, fazendo a notícia recircular) e os sites de redes sociais na internet e suas ferramentas (que possibilitam as ações dos usuários e das organizações jornalísticas). (SOUSA, 2013, p.114)

Todo esse processo é muito importante dentro desta teia, pois cada um tem seu papel, seja de emissor ou receptor. Os lados se complementam, o jornalista transmite as informações e os usuários recebem, mas também podem estar participando do processo de produção da notícia e para complementar os sites e redes sociais permitem que esse processo seja acessível para todos.

Com o banco de dados na internet, as informações ficam armazenadas no ciberespaço, “[...] proporcionando que as redes não apenas difundam, mas igualmente discutam essas informações” (RECUERO, 2012, p.10), com isso, também possibilita aos internautas que possam realizar pesquisas e debater aquele determinado assunto mais pra frente.

Em 2004 foi criada a rede social mais usada no Brasil e no mundo neste momento, pelo americano, Mark Zuckerberg, o Facebook, mas foi em 2006 que ganhou o alcance da grande maioria. Dentre as mais conhecidas estão o Twitter, Instagram e Google+. Cada rede social tem um propósito em si, mas todas tem em comum o compartilhamento de informações em formatos multimídia.

Além das redes sociais digitais, trataremos nesta pesquisa sobre os portais jornalísticos, pois queremos entender como são emitidos e referenciados o discurso das manchetes dos principais portais jornalísticos brasileiros. No próximo tópico apresentamos com mais detalhes a história e características dos portais jornalísticos

1.3 Portal Jornalístico

Quando os sites surgiram, o conteúdo era exatamente igual ao do jornal impresso, só que publicado na internet. Segundo Ferrari (2010), o termo portal surgiu em 1997 e significa “porta de entrada”, entretanto, no Brasil alguns sites já nasceram dentro das empresas jornalísticas, mas “alguns deles nem tinham a concepção de portal e evoluíram posteriormente para o modelo” (FERRARI, 2010, p.25). A diferenciação de formatos e as novas características, fez com que surgisse um novo formato de jornalismo na internet: Jornalismo de Portal, “marcado por uma dinâmica mais ágil, principalmente pela consolidação do modelo de notícias em tempo real” (BARBOSA, 2002, 57), ricas com conteúdos publicados instantaneamente. Barbosa (2002), justifica o motivo dessa nossa tendência do jornalismo ser caracterizada como um novo modelo,

Primeiro, porque, embora notícias com atualização contínua e em fluxo estejam presentes nos mais diversos sites, por ser mesmo uma característica intrínseca ao ambiente digital, e no portal esse modelo se consolida, principalmente em virtude dos investimentos feitos para a constituição de redações específicas. Segundo, pela alteração no próprio formato da notícia com o texto mais fragmentado, o que terá como consequência uma certa alteração no conceito de notícia. (BARBOSA, 2002, p. 57)

De acordo com Barbosa (2001), os portais são “[...] páginas que centralizam informações gerais e especializadas, serviços de e-mails, canais de chaterelacionamento, shoppins virtuais, mecanismos de busca na Web, entre outros [...]” (BARBOSA, 2001, p.08), quer dizer, portal são sites bem mais complexos, ricos de conteúdos jornalísticos e multimídia, de entretenimento e publicidade, que trazem muitas possibilidades aos seus usuários. A autora ainda argumenta que, o conceito de portal ganhou força no Brasil com os provedores de acesso e de conteúdo, “pelo potencial para convergir grandes audiências e, com isso, visibilidade para o seu conteúdo e serviço” (BARBOSA, 2002, p.35), pois geravam publicidade e com isso mais acessos ao site.

Foi em 1998, que a maioria das empresas resolveu se adequar aos portais. Depois que os portais começaram a se desenvolver,

não foi preciso muito tempo para que as empresas percebessem o quão agregadores de audiência e, por conseguinte, de tráfego, de publicidade, de visibilidade para seus conteúdos, eram os portais. (BARBOSA, 2002, p.30-31)

A grande parte dos sites jornalísticos, “[...] surgiram como meros reprodutores do conteúdo publicado em papel” (FERRARI, 2010, p.24), deste modo, na maioria dos casos eram os jornais impressos existentes que criavam sites para compartilhar as notícias online, e “apenas numa etapa posterior é que começaram a surgir veículos realmente interativos e personalizados.” (FERRARI, 2010, p.24), pois até então o site era visto apenas como um complemento do impresso, não gerando lucro para as empresas jornalísticas.

De acordo com Barbosa (2001) os portais causaram impacto no jornalismo, “[...] o qual, a despeito da divisão mimética dos assuntos por editorias (ou canais) tal qual no jornal impresso, emprega as características concernentes ao jornalismo online [...] e ao ambiente digital na produção da informação”. (BARBOSA, 2001, p.09), ou seja, exploram todas as características do Webjornalismo, como já citamos anteriormente.

A diferença entre site e portal, “[...] reside em elementos de análise muito subjetivos [...]”, visto que no portal existe a “concentração de um determinado núcleo temático, geralmente agregando serviços, e informações paralelas a esse núcleo [...]”. (SILVA JR., 2000, p.76), ou seja, para ser considerado portal precisa contemplar algumas características que o diferencia dos sites, como argumenta Silva Jr, a diferença é que no “[...] portal ocorre a concentração de um determinado núcleo temático, geralmente agregando serviços, e informações paralelas a esse núcleo” (SILVA JR, 2000, p.76), isto é, os menus com as editorias é uma característica que diferencia portal de site, pois esse recurso permite que os leitores escolham que tipo de notícias querem ler e de uma maneira fácil.

Logo que os sites começaram a ser construídos e eram uma transposição do que era publicado no jornal impresso, ou seja, o conteúdo era igual e a estética da página assemelhava-se ao impresso, entretanto, Barbosa (2001) argumenta que as empresas jornalísticas constataram que o conteúdo deveria ser diferente para que os leitores tivessem interesse no site, “[...] ofertar conteúdos exclusivos para além daquele disponível nas edições impressas [...]” (BARBOSA, 2001, p. 8), conteúdo diferenciado e notícias atualizadas instantaneamente.

De acordo com Ferrari (2001), os leitores, geralmente estão acostumados a dar uma olhada rápida em diferentes janelas, ou seja, basicamente é dar uma olhada rápida em algumas manchetes, visto que, como afirma Silva Jr. (2000) os portais com conteúdo jornalísticos, “[...]”

buscam oferecer de maneira rápida uma visão mais geral de conteúdo” (SILVA JR. 2000, p. 77). O uso dos menus com as editoriais e as notícias distribuídas em toda a página é uma característica importante no portal, considerando que pode haver leitores passivos.

Segundo Silva Jr. (2000), existe três fatores onde podemos entender a transição do jornal online para portal, o primeiro é a junção de outros serviços informativos que não são considerados jornalísticos. O segundo fator é a relação com outros sites de assuntos variados, “geralmente nesses casos, há uma disponibilização de manchetes de notícias fornecidas por agências” (SILVA JR, 2000, p.77-78) e por fim o terceiro fator que possibilitou essa mudança de site para portal foi “a convergência, em alguns casos, do serviço de provedor de acesso com o de disponibilização de conteúdo” (SILVA JR, 2000, p.77 -78).

Portanto, o portal transformou o fazer jornalístico, pois as características do Webjornalismo podem ser mais exploradas do que em sites comuns. Com isso, até o modelo de alguns sites que antes eram apenas uma transposição das notícias do impresso divulgadas na internet, também começaram a realizar mudanças, deixando adequada para o modelo da internet e utilizando dos recursos multimídia. O foco desta pesquisa está para o efeito e sentido do discurso das manchetes jornalísticas durante a decisão final do processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff, sendo assim, no próximo capítulo trataremos sobre jornalismo político, como é o discurso nas redes sociais explicando em um tópico diferente e exemplificando o trabalho das páginas do Facebook, Caneta Desmanipuladora e Caneta Desesquerdizadora e por fim como é a construção dos efeitos e sentidos que as manchetes transmitem aos leitores.

2 JORNALISMO POLÍTICO

No início da história da imprensa, jornalismo e política andavam lado a lado, pois a maioria dos jornais tinham ligações econômicas com o Estado e isso influenciava que cada meio levasse para o lado do seu patrocinador e, além disso, naquela época, “[...] a imprensa era ainda essencialmente de opinião e a linguagem da maioria dos jornais era em geral agressiva e virulenta, marcada pela paixão dos debates e das polêmicas” (RIBEIRO, 2003, p.148), logo isso mudou e as notícias deixaram de ser opinativas e com tom agressivo e as empresas começaram a ser imparciais dentro da política. Segundo Ribeiro (2003), depois desse perfil de jornalismo ser deixado de lado, “[...] agora ele passava a ser o “espelho” da realidade. Vistos como emergindo naturalmente do mundo real, os acontecimentos concebidos como notícia [...]” (RIBEIRO, 2003, p.149), os jornalistas passaram a retratar a realidade dos fatos tal como eram deixando de lado o caráter polêmico dos meios de comunicação.

Diferente da imprensa de alguns anos atrás com assuntos relacionados à política, segundo MARTINS (2005):

Empresas jornalísticas se preocupam mais em dar um equilíbrio de lados partidários, nas épocas de campanha eleitoral, os jornais, ainda que apoiem esta ou aquela candidatura na página editorial, tentam manter uma postura equilibrada, dando espaço semelhante para os principais contendores e evitando demonstrar preferência por sicrano ou beltrano. (MARTINS, 2005, p. 17 - 18)

Falar e pensar em política requer várias precauções, pois envolve questões complexas que englobam quase todo o meio em que vivemos. Em razão disso, o jornalista como formador de opinião precisa ter certa responsabilidade ao tratar notícias relacionadas à política, pois “ao partilhar crenças e valores comuns com os atores políticos, o jornalista pode privilegiar certas aptidões e/ou pronunciamentos de alguns deles em detrimento dos demais” (BARRETO, 2008, p.14), ou seja, o jornalista deve sempre deixar os interesses pessoais partidários de lado e saber que:

[...]quando se encontram os atores em cena: jornalistas e/ou governos, bem como representantes de partidos, sejam detentores ou não de mandato. A convergência entre jornalista e político ocorre em função de que tanto um lado quanto o outro acredita que a publicização de um acontecimento é a melhor maneira para que se demonstre que cada um cumpriu com o seu papel: o político em sua função de personagem da notícia, o jornalista como agente que relata o que se passou no cenário do poder. (BARRETO, 2008, p.13)

Portanto, o que deve se levar em consideração, é que o mais importante é o serviço público, garantir que a população tenha as informações completas e originais do que se deve mostrar sobre aquele “personagem”. Além disso, o que acontece muitas vezes é que por razões e interesses da empresa, jornalistas se submetem a mostrar mais o lado de um partido do que de outro, por outro lado, de acordo com Martins (2005), esses interesses podem estar disfarçados no discurso de uma manchete, “sem um enunciado interpretativo, sem contextualização, podem prevalecer interesses ocultos, o jogo de luz-e-sombra da luta política” (BARRETO, 2008, p.16), o jornalista acaba deixando a ética profissional de lado, ao tentar esconder determinados acontecimentos. Entretanto, como argumenta Carvalheiro (2005), ainda são poucos jornalistas que em assuntos políticos “continuam a implicar a representação formal de interesses, a pertença a elites socioculturais ou legitimidade do saber especializado”. (CARVALHEIRO, 2005, p.184), essa ideia vai sendo deixada de lado dentro do perfil da empresa ou da conduta do jornalista.

No jornalismo contemporâneo, o profissional precisa ter consciência de alguns atos e precisa

[...] encarar um fenômeno novo que se configura como uma espécie de efeito paradoxal ou perverso da mediatização generalizada da opinião pública: o poder dos *media* tornou-se um dos temas objeto de atenção, interesse e controvérsia na esfera pública, gerando fenômenos diversos curiosos no que respeita à sua própria avaliação e funcionamento. (CORREIA, 2005, p.51)

Portanto, com esse “poder” que foi dado aos jornalistas, de transformar informação em algo com extrema importância, deve se tomar cuidado para não ser induzido por partidos políticos, se não, o jornalista deve ter total responsabilidade do que determinadas posturas podem levar.

Essas questões aumentam ainda mais em época de eleições, sendo também as notícias mais importantes, pois todos querem saber sobre propostas dos candidatos, casos de desvio de verbas, se um fez mais que o outro, enfim, cada um puxa para o lado que convêm, entretanto, mesmo que o jornalista tenha o seu lado partidário deve se mostrar imparcial dentro do acontecimento, visto que é o nome dele que está estampado na matéria e muitas vezes acabam sendo criticados pela sociedade. Além disso, sem deixar se perder as informações que os leitores esperam, pois entre ambos “se estabelece uma relação de expectativa e atendimento” (BARRETO, 2008, p.13), os leitores esperam sempre ser informados com a realidade dos fatos, sem esconder propósitos.

Trataremos a seguir das questões que envolvem o jornalismo na internet, como é a construção do discurso nas redes sociais. Como já falamos anteriormente o jornalista deve sempre mostrar a real situação sem se envolver nos fatos, com isso, buscamos entender o efeito que as manchetes produzem nos leitores, visto que, há sempre lados opostos, é que os significados podem ser diferentes para ambos.

2.1 A construção do discurso webjornalístico nas redes sociais digitais

A internet permitiu um novo modo de fazer jornalismo em razão dos novos formatos e das características do Webjornalismo. Além disso, as redes sociais digitais, depois que começaram a ser usadas para disseminar notícias, também transformaram o jornalismo, pois permitem um alcance muito grande em relação as informações que são transmitidas pela rede, visto que há uma grande maioria de pessoas conectadas em seus perfis. Se comparar aos portais jornalísticos, as redes sociais digitais tem uma abrangência maior, geram mais comentários e curtidas, por ser uma rede com perfis pessoais, diferentes dos portais que as pessoas precisam ir até o site para encontrar a informação. Damos como exemplo a rede social mais usada no Brasil e no mundo, o Facebook, onde todas as informações aparecem no feed de notícias e o conteúdo depende do perfil de amigos, os compartilhamentos são de acordo com o interesse de cada um, gerando uma montanha de informações, uma vez que nem toda a rede de amigos tem as mesmas opiniões e interesses.

Esta pesquisa tem como foco a análise na decisão final do processo de Impeachment da presidenta Dilma Rousseff. O assunto política gera muitas discussões e a participação de opiniões é ainda maior, visto que, na maioria das vezes há polêmica envolvida no caso.

Segundo Recuero (2014), um valor atribuído as redes sociais digitais é que ela “facilita a associação com outros atores que não conhecemos ou que conhecemos muito pouco e com os quais dificilmente teríamos oportunidade de aprofundar os laços sociais.” (RECUERO, 2014, p.117), geralmente, essa comunicação com outras pessoas é possível nos grupos que são criados dentro da própria rede social para a discussão de um determinado assunto, que de acordo com Barros e Carreiro (2015), participar desses grupos, “é uma forma de se engajar em debates com pessoas desconhecidas e de entrar em contato com posições distintas à sua, mesmo considerando a similariedade de interesse” (BARROS, CARREIRO, 2015, p.176), muitas vezes as pessoas adicionam amigos ao seu perfil que nem conhecem apenas pelo fato de que tem interesses em comum.

Os portais jornalísticos que analisamos para esta pesquisa foram Portal de Notícias G1, Estadão, Folha de São Paulo, Jornal O Globo e Jornal Zero Hora, todos eles utilizam das redes sociais digitais para compartilhar as notícias divulgadas no site, fotos de eventos ou que são mandadas pelos próprios leitores, como o Jornal Zero Hora com a #doleitorzh, onde é possível compartilhar as fotos com a hashtag e que podem ser divulgadas no perfil do Instagram do jornal, estimulando os leitores a participarem e estarem sempre acompanhando as notícias e o que acontece dentro da empresa. As redes sociais mais comuns utilizadas pelos portais são o Facebook, Twitter e Instagram. As postagens nas redes sociais dessas empresas jornalísticas geram um grande número de curtidas, comentários e compartilhamentos

Em relação aos portais, as redes sociais são “mais interativas, instantâneas e pervasivas, oferecem um cenário mais aberto para a circulação de conteúdos e para a ocorrência de discussões” (BARROS, CARREIRO, 2015, p.175), ou seja, as redes sociais digitais permitem essa interação do leitor com as empresas de comunicação e também proporcionam um lugar mais aberto para a discussão em torno de um assunto garantindo que os leitores façam parte do discurso jornalístico.

Em 2014, o portal de notícias G1, publicou uma matéria com a seguinte manchete: “Discussão política no Facebook abala relações de internautas com amigos”, os personagens da matéria estavam excluindo e bloqueando parentes da rede social, por motivos de opiniões contrárias em relação à política, em época de eleição.

Discussões sobre política nas redes sociais, especialmente a respeito das eleições, têm causado consequências diretas na vida real de algumas pessoas. Amigos de infância estão brigando, excluindo um ao outro do convívio pela internet e, nos casos mais graves, até da relação pessoal. E não é só entre amigos que a coisa está ficando complicada: o ambiente familiar também está se estremecendo em algumas situações.⁴

Portanto, os motivos não são apenas por serem opiniões contrárias, e sim porque algumas pessoas não sabem lidar com uma opinião diferente da sua e acabam fazendo comentários maldosos nas redes sociais. O Facebook permite que nos comentários as pessoas possam responder umas às outras, isso facilita as discussões, pois um pode responder e estar se referindo diretamente para o outro.

O discurso jornalístico influencia muito nestas discussões, pois sabendo da credibilidade do discurso, as pessoas acreditam na verdade daquele fato e se for algo que não

⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/10/discussao-politica-no-facebook-abala-relacoes-de-internautas-com-amigos.html>

lhe agrada mostrando, por exemplo, algo que seu partido falou ou fez e não sabem aceitar opiniões distintas acabam praticando discurso de ódio nas redes sociais acabando com amizades e relações familiares.

Durante esse período de análise desta pesquisa, o Twitter também foi muito usado pelos portais, entretanto, a informação tem de ser atualizada instantaneamente. Alguns deles faziam a cobertura do acontecimento, como o Jornal O Globo que durante o discurso da presidenta, apontou o seguinte tweet: “Dilma: ‘Serei julgada por crimes que não cometi, antes do julgamento daquele que é acusado de ter praticado gravíssimos atos ilícitos’”, e também, “Estamos a uma passo de uma grave ruptura institucional. Estamos a um passo da concretização de um verdadeiro golpe de Estado.”, o primeiro tweet gerou 156 retweets e o segundo 91 retweets. De acordo com Recuero e Zago (2010), com o uso de links e hashtags nas mensagens permite que as informações circulem entre os sites de redes sociais. As hashtags são usadas como estratégia para que os tweets sejam encontrados com mais facilidade, “para organizar informações, como uma forma de tornar possível o resgate de tweets sobre um determinado tópico, o que pode inclusive vir a suscitar conversações” (RECUERO, ZAGO, 2010, p.4). Durante a semana que sucedeu a decisão final a #impeachmentday estava em primeiro lugar no dia do depoimento de Dilma Rousseff, pessoas a favor e contra utilizavam da hashtag em suas mensagens.

Como já citamos em um tópico anterior, sobre o conceito de discurso midiático, a ideia de Patrick Charaudeau sobre as questões que envolvem a qualidade da informação quando o jornalista transmite uma informação, nem sempre os mesmos efeitos são produzidos no receptor, pois cada indivíduo possui entendimentos diferenciados em relação ao objeto. No Webjornalismo essa questão é ainda mais complexa, pois vivemos em uma rede cheia de informações e notícias por todos os lados e de todas as formas, além disso, por exigir a característica de instantaneidade e atualização, a pressa por divulgar as informações resultam muitas vezes em conteúdos de difícil compreensão, “o sujeito pode interpretar apenas alguns dos fios que se destacam das teias de sentidos que invadem o campo do real social” (GREGOLIN, 2008, p.16), ou seja, o que o jornalista quer passar através das informações nem sempre são totalmente interpretadas com o real significado. Entretanto, os efeitos e sentidos que são produzidos aos leitores é algo que não é manifestado na dificuldade de interpretação do discurso, e sim, varia de acordo com interesses e conhecimentos anteriores de cada pessoa.

No próximo tópico, trataremos sobre a página do Facebook Caneta Desmanipuladora e Caneta Desesquerdizadora, que fazem o uso da “caneta” para corrigir palavras que supostamente distorcem as manchetes das notícias publicadas nos portais jornalísticos, deixando-as de uma maneira que dependendo da visão proposta pela página é mais coerente e assim entender o que essas correções influenciam no entendimento e opinião dos leitores.

2.2 As páginas Caneta Desmanipuladora e Caneta Desesquerdizadora

Em 2016, ano em que o Brasil passava por uma crítica situação política, com casos de corrupção, instauração da Operação Lava Jato pelo Ministério Público Federal, além da crise no setor econômico e o processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff. Nesta época, foram criadas duas páginas na rede social Facebook: a Caneta Desmanipuladora⁵ e a Caneta Desesquerdizadora⁶. O propósito das duas páginas é semelhante, corrigir o discurso das manchetes de grandes portais, de acordo com a sua própria ideologia e concepção política.

A página Caneta Desmanipuladora foi criada em maio de 2016, com o intuito de fazer correções no discurso das manchetes, usando de prints screens⁷ das manchetes de grandes jornais impressos e digitais. Após cinco meses de criação a página contém mais de 222 mil curtidas. Além da página no Facebook, possui conta no Twitter, Instagram e Telegram e mais um grupo fechado que qualquer pessoa pode participar com sugestões.

A primeira postagem da página foi no dia 23 de maio, que fazia uma crítica à manchete do Jornal O Globo com o seguinte enunciado: “Temer vai propor flexibilizar jornada de trabalho e salários”, fizeram a correção para: “Temer vai propor aumentar jornada de trabalho e diminuir salários”, esta postagem rendeu 426 curtidas, 239 compartilhamentos e 19 comentários. Em relação aos comentários podemos notar que não foram muitos se relacionarmos a quantidade de hoje, visto que a página estava recém começando e ainda não tinha muita visibilidade.

Além das postagens relacionadas à política, a página também usa a caneta para corrigir alguns equívocos que podem ser considerados absurdos, como uma postagem do dia 7 de junho de uma manchete do Portal de Notícias G1, onde diz que “Chuva abre cratera em cruzamento da Saúde, na Zona Sul de São Paulo”, a página fez a correção dizendo que não foi

⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/canetadesmanipuladora/?fref=ts>

⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/CanetaDesesquerdizadora/?fref=ts>

⁷ É uma tecla que existe em quase todos os teclados dos computadores. Esta tecla captura uma imagem de toda a tela.

a chuva e sim as obras mal feitas e o asfalto de má qualidade. Atualmente a Caneta Desmanipuladora criou uma proposta de assinantes no valor a partir de R\$1,00, entretanto, garante que não irão limitar conteúdos, e sim, criar conteúdos especiais para os assinantes. Houve casos relatados nos comentários das postagens em que, logo depois da correção feita pela Caneta, o portal que havia publicado a matéria avaliou a correção e fez os acertos de acordo com o que foi sugerido pela página.

Uma das postagens da Caneta Desmanipuladora que teve grande repercussão foi a manchete do site UOL, do dia 1º de setembro sobre o fim do Governo Dilma, como podemos conferir na imagem abaixo:



FIGURA 1 – Postagem da página Caneta Desmanipuladora de 1º de setembro.

Esta postagem teve 10 mil curtidas, 10.209 compartilhamentos e 415 comentários. Além do grande número de curtidas na própria postagem, os comentários também geram várias curtidas, com a possibilidade que o Facebook tem de permitir responder e curtir um comentário específico. Nesta mesma postagem encontramos um comentário que gerou 770 curtidas.

Já a Caneta Desesquerdizadora foi criada no dia 26 de julho, no primeiro post eles anunciavam que a página tinha sido criada para mostrar a manipulação que a mídia faz nas notícias e, além disso, afirmavam que a mesma é comandada por jornalistas de esquerda. Atualmente a página conta com mais de 282 mil curtidas.

A primeira postagem fazia crítica a uma manchete publicada pela UOL sobre um ataque a uma igreja na França, como podemos ver na imagem abaixo, a caneta é usada para mudar algumas palavras que segundo a página seria o mais correto a ser usado.

Ataque a igreja na França deixa padre morto e religiosa ferida; El reivindica autoria

Do UOL, em São Paulo 26/07/2016 | 07h58 > Atualizada 26/07/2016 | 11h41

Pelo menos três pessoas morreram após um ataque realizado na manhã desta terça-feira (26) em uma igreja em Saint-Etienne-du-Rouvray, nas proximidades de Rouen, na França. O refém morto é o padre Jacques Hamel, de 84 anos, que teria sido degolado.

PESSOAS MORTAS TERRORISTAS

As outras duas vítimas são os agressores que foram "neutralizados" pelas forças de segurança, de acordo com o Ministério do Interior francês. Além disso, uma religiosa foi hospitalizada em estado grave e um policial ficou ferido durante a operação.

ARMADAS

MORTOS

FIGURA 2 – Primeiro post na página do Facebook Caneta Desesquerdizadora de 26 de junho.

As correções da Caneta Desesquerdizadora não são somente na manchete, no exemplo acima, eles fizeram correções em partes do texto da matéria, onde grifaram algumas palavras e mudaram outras. Esta postagem alcançou três mil curtidas, 2.291 compartilhamentos e 159 comentários. Podemos notar que são números altos em relação à primeira postagem da página Caneta Desmanipuladora, e dentre os comentários a grande maioria era elogiando a iniciativa da criação da página. Para comprovar a aceitação por parte dos usuários, em apenas um dia a página teve cerca de 50 mil curtidas.

Logo que surgiu a página Caneta Desesquerdizadora, havia um grande embate entre as duas Canetas por parte dos de esquerda (Desmanipuladora) e vice-versa, o que era possível conferir nos comentários das postagens. No período em que o Brasil passava pela decisão do processo de impeachment, e conseqüentemente, os meios de comunicação estavam a todo o momento publicando notícias sobre o assunto, as duas páginas eram atualizadas instantaneamente. Entretanto, durante a coleta do material analisado para esta pesquisa, a semana da decisão final do processo de impeachment, as páginas não foram atualizadas como o esperado.

Em pouco tempo as duas páginas tiveram um grande alcance por tratarem de assuntos voltados para a política e por serem divergentes, bem como, por surgirem em uma época em que a presidenta do Brasil, Dilma Rousseff, perdeu o cargo acusada por crime de responsabilidade. Essas discussões em torno das páginas do Facebook só são possíveis, pois “[...] são reproduzidas facilmente por outros atores, espalham-se nas redes entre os diversos grupos, migram e tornam-se conversações cada vez mais públicas, moldam e expressam opiniões, geram debates e amplificam ideias” (RECUERO, 2014, p.116), ou seja, de acordo com as manchetes que são usadas para corrigir o discurso os usuários são levados a pensarem de outra forma logo que se deparam com as correções das canetas, pois, este discurso geralmente pode não ter sido pensado antes, e logo, começam a fazer sentido. Com isso, a capacidade de compreensão e interpretação dos usuários também é instigada, por essa razão há bastante participação.

Outra questão relevante para esse alcance são as páginas do Facebook, que segundo Barros e Carreiro (2015), uma página é mais interessante, pois não tem limites de “amigos” como os perfis pessoais e também não é preciso acessar como os grupos de discussões, mesmo que “as páginas tendem a oferecer um escopo temático mais genéricos, enquanto os grupos são mais centrados em questões específicas” (BARROS e CARREIRO, 2015, p.176), ou seja, o conteúdo aparece na timeline⁸ das pessoas que curtiram a página, garantindo maior alcance dos conteúdos. A ideia da criação de um grupo fechado para a página Caneta Desmanipuladora, foi para que as pessoas pudessem mandar sugestões de manchetes e também criassem debates dentro do grupo, pois havia bastante participação e para garantir que tivessem mais “atenção” por parte do grupo da Caneta e dos outros participantes.

De acordo com Barros e Carreiro (2015), os comentários muitas vezes aparecem na timeline de qualquer pessoa, sem nem ao menos ter curtido a página, “é o fato de que o post original é uma notícia com potencial interesse público” (BARROS e CARREIRO, 2015, p.177), no caso a política, então, o comentário em uma determinada postagem das Canetas podem aparecer involuntariamente na timeline de qualquer amigo que tenha interesses em comum com o tema política.

Inicialmente este trabalho tinha o propósito de fazer uma análise ao conteúdo publicado pela página Caneta Desmanipuladora, pois durante todo o processo de impeachment estavam divulgando em sua página sobre o acontecimento, entretanto, no

⁸ Em português timeline significa “Linha do Tempo”. É onde ficam todas as publicações e atualizações feitas pelos amigos da rede do Facebook, Twitter ou Instagram.

período de coleta desta pesquisa, não houve muitas postagens na página, fazendo com que mudássemos o objeto de análise.

Desta forma, com os exemplos de como o discurso das manchetes podem ser melhorados, no próximo tópico buscamos entender como é a produção de efeitos e sentidos que as manchetes produzem.

2.3 A construção da produção de sentidos nas manchetes do webjornalismo

A internet e o Webjornalismo permitiram algumas mudanças no jornalismo, uma delas é possível encontrar no discurso dos títulos/manchetes das notícias, pois, muitas vezes, com a pressa para divulgar a informação, os títulos podem acabar assim, enganando o leitor contendo um discurso diferente do que traz a notícia. Por uma questão ética do jornalismo isso não poderia acontecer, visto que o título pode ser considerado a parte mais importante dentro da composição jornalística e porque também tem a função de guiar o leitor para as notícias de seu interesse. Cada leitor terá um entendimento sobre aquele determinado assunto, por isso os títulos e também a própria notícia precisam estar bem apresentados para que os leitores tenham um bom entendimento e compreensão do que está sendo dito.

Desta forma, pensando na importância que os títulos têm para o conteúdo jornalístico, achamos relevante destacar os estudos em análise de conteúdo considerando os objetivos que temos para esta pesquisa. Na análise de conteúdo, a finalidade é estudar o conteúdo de um determinado objeto, “é colocar em evidência os assuntos e os temas mais importantes difundidos nas mensagens mediáticas” (RINGOOT, 2006, p.134), sendo assim, estudamos o objeto que são as notícias dos portais jornalísticos e conseqüentemente suas manchetes e elegemos as notícias que foram divulgadas durante o período de análise e que no contexto em que estavam e também consideradas por nós como as principais, pois tratavam de questões significativas para o acontecimento. O discurso jornalístico transmitido por esse acontecimento é de muita importância para esta pesquisa, para Benetti o discurso jornalístico é “[...] baseado na vontade de verdade e na vontade de saber” (BENETTI, p.08), assim como, “são a percepção e o interesse de cada indivíduo que permitem definir o acontecimento jornalístico” (BENETTI, p.11), é de acordo com conhecimentos e interesses que o discurso jornalístico pode ser percebido e interpretado, sendo assim, cada indivíduo terá uma concepção do que foi dito e os efeitos e sentidos que serão produzidos a esse indivíduo através do discurso jornalístico.

Durante a pesquisa analisamos algumas manchetes dos principais portais na semana em que aconteceu a decisão final do processo de impeachment da Presidenta Dilma Rousseff e buscamos entender os efeitos e sentidos que esses títulos transmitem aos leitores, sendo que nunca será o mesmo entendimento.

Para mostrar que dependendo do discurso da manchete as reações de sentidos e efeitos transmitidas aos leitores podem ser diferentes, separamos uma notícia do Portal de Notícias G1, de 29 de agosto, que trazia um pequeno resumo com links para as notícias completas de onze estados onde haviam acontecido protestos e manifestações contra o afastamento da presidenta. A notícia continha a seguinte manchete: “Manifestantes fazem atos contra o impeachment em 11 estados e no DF⁹”, em razão da grande repercussão que o caso gerou em todo o país, havendo lados opostos, o sentido desta manchete, evidentemente, não seria o mesmo para todos os leitores. Aos contra o afastamento da presidenta e então um governo liderado por Michel Temer, as manifestações eram importante para mostrar indignação com o acontecimento, “Milhões de pessoas nas ruas contra o golpe e em defesa da democracia e do respeito ao resultado das eleições”, comentário de um leitor a favor do ato e do Governo Dilma. Já para o lado contra os protestos reagiram como, “Isto não é manifestação, isto é baderna!”. Esta notícia gerou 687 comentários, e claro que um enunciado como este teria reações contrárias pela grandeza do acontecimento e porque nos últimos anos havia acontecido muitos protestos desde tipo no Brasil que mostravam indignação com o governo atual.

Ainda durante o período de coleta de dados desta pesquisa, a maioria dos portais analisados utilizava de citações de políticos na própria manchete. Esta estratégia era importante para a audiência das notícias, pois a fala daquele político provocava a atenção do leitor. O Estadão foi um dos portais que utilizou desta estratégia em uma notícia com a seguinte manchete: “‘Se errar no tom, as respostas serão no mesmo tom’, diz Aécio sobre Dilma¹⁰”, esta notícia foi divulgada no dia 28 de agosto, um dia antes do pronunciamento da então presidenta Dilma Rousseff. Nesse caso, a estratégia de usar um trecho da fala do Senador Aécio Neves se deu em razão de que esse era o foco e traria mais visibilidade à notícia, entretanto, é preciso ter atenção ao que apresenta GRADIM (2000), “quando num título se recorre a uma citação ou opinião, o autor da mesma deve ser identificado no

⁹ Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/08/manifestantes-fazem-atos-contra-o-impeachment-e-em-apoio-dilma.html>. Acesso em 01.10.2016.

¹⁰ Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral.se-ela-errar-no-tom-as-nossas-respostas-serao-no-mesmo-tom-diz-aecio-sobre-dilma,10000072499>. Acesso em 01.10.2016.

antetítulo” (GRADIM, 2000, p. 60), no caso, ele foi identificado no próprio título fazendo com que o leitor soubesse logo de quem se tratava a citação, desta forma, trouxeram para o título a informação mais importante do contexto. Assim como o Estadão, o site do Jornal Zero Hora também utilizou a citação no título: “Cardozo, “Iniciou a caça a um fato para o impeachment¹¹”, a frase foi dita pelo advogado de Dilma Rousseff, José Eduardo Cardozo. Nota-se que títulos como este não demandam tempo para serem feitos, apenas é selecionado uma parte importante da fala do entrevistado.

Outra questão de estratégia no discurso das manchetes também podemos notar em uma notícia do Portal de Notícias G1, do dia 25 de agosto, onde o título trazia o seguinte enunciado: “Temer diz que impeachment é uma coisa 'natural da democracia””, a estratégia usada pelo Portal G1 foi a de colocar no título a fala do atual presidente Michel Temer logo no primeiro dia em que acontecia todo o julgamento final do processo de impeachment da presidente afastada. Além disso, colocar a palavra “democracia” dita por Temer, causava mais revolta aos contra o processo de impeachment, pois alegavam que não era democracia estar tirando alguém do cargo de presidente do país que havia sido eleita pela maioria dos votos brasileiros.

Durante a decisão final do impeachment, a maioria das manchetes que foram analisadas tinham a citação de algum político o que fazia com que chamasse mais a atenção dos leitores mostrando logo no título a informação mais relevante da notícia. Diferente do que BERTOLINI (2015) apresenta como “Títulos Dependentes”, aqueles que não se é possível identificar do que se trata a notícia apenas lendo o título ficando totalmente sem sentido e o leitor não sente interesse para ler a notícia, nos exemplos mostrados acima podemos notar que todas as manchetes eram interessantes ao ver o contexto em que estavam.

Entrando em outro ponto, mas que também é de extrema importância para mostrarmos como o discurso pode provocar entendimentos contrários e que muitas vezes ao lermos não nós damos por conta do tamanho do erro são em casos de notícias que relatam violência. Muitas vezes são usados termos incorretos para o contexto ou se a ordem da frase for invertida pode acabar gerando outro entendimento ao leitor, damos como exemplo a manchete do site O Globo, no dia 1º de julho deste ano, “Luiza Brunet acusa companheiro de agressão¹²”, este tipo de discurso pode dar a entender que a vítima seria o companheiro e não

¹¹ Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/politica/noticia/2016/08/cardozo-se-iniciou-a-caca-a-um-fato-para-o-impeachment-7352385.html>. Acesso em 01.10.2016.

¹² Disponível em: <http://blogs.oglobo.globo.com/ancelmo/post/luiza-brunet-acusa-companheiro-de-agressao.html>. Acesso em 01.10.2016.

a atriz, ou seja, ela prestou depoimento, se mostrou na mídia com o rosto ferido e teve quatro costelas quebradas e mesmo assim, nesta manchete, o companheiro saiu como o “acusado” e não o “agressor” da história. Esta análise crítica ao discurso da manchete foi mostrada pela página do Facebook Caneta Desmanipuladora, segundo eles, nesta manchete, induz o leitor a pensar em “uma mulher acusando o companheiro de agredi-la”. A Caneta Desmanipuladora fez a correção para “Luíza Brunet é vítima de agressor”, entretanto, mesmo com o conserto a atriz ainda continua sendo o sujeito da frase.

Muitas vezes ao lermos os títulos não nos damos conta de alguns erros, entretanto, esses erros podem ser a chave para uma má compreensão e, por conseguinte, uma má interpretação do que está sendo dito. Vamos considerar que erros nas manchetes não são propositais do jornalista para conseguir mais acessos à notícia e ao site. De acordo com BERTOLINI (2015), as manchetes das notícias devem ser bem mais atraentes na internet, pois “[...] gera uma amontoado de informações impossível de ser lido por inteiro” (BERTOLINI, 2015, p.167) e em muitas notícias os leitores acabam ficando apenas com uma leitura rápida no título e no lead.

Desta forma, logo após os exemplos mostrados acima, apresentaremos no próximo capítulo a metodologia usada nesta pesquisa, bem como, a análise feita durante a semana que se sucedeu a decisão final do processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff.

3 PROCESSO METODOLÓGICO E ANALÍTICO

Toda a pesquisa, independente de área ou tipo de pesquisa que se pretende fazer, precisa seguir passos para poder chegar ao resultado final. A metodologia é uma das etapas mais importantes da pesquisa porque, segundo Bonin (2011), é “a dimensão que norteia, orienta, encaminha os processos de construção da pesquisa, em todos os seus níveis; [...]” (BONIN, 2011, p.29). É na metodologia que pensamos no objeto e na sua construção. Seguir todos os passos propostos na metodologia é indispensável, pois é a base para que se chegue ao resultado final e saia como planejado desde o princípio.

Durante o período em que produzíamos o projeto desta pesquisa, o primeiro passo foi decidir qual seria o tema, bem como, desenvolver uma pergunta problema que nos serviu como um guia para que chegássemos ao final. Essa pergunta é o elemento que conduz o pesquisador durante todo o desenvolvimento, para assim, chegar a conclusão da pesquisa respondendo a pergunta problema. O próximo passo foi definir os objetivos e a justificativa da importância desta pesquisa para a sociedade e também para outros estudos na área do jornalismo.

É ainda no projeto que desenvolvemos o referencial teórico que é onde apresentamos os principais conceitos que serão utilizados e mostramos o primeiro conhecimento que temos sobre eles e a delimitação desses conceitos será importante “[...] desde os estudos preliminares até a construção dos instrumentos de pesquisa” (MARCONI E LAKATOS, 2011, p.116). É extremamente indispensável que a pesquisa seja relacionada à teoria, “[...] um modelo teórico que sirva de embasamento à interpretação do significado dos dados e fatos colhidos e levantados” (MARCONI E LAKATOS, 2011, p.114), em parte de contexto e teoria, essa seria a etapa mais relevante, pois é onde o autor mostra que tem total conhecimento sobre os principais conceitos para então seguir nesta pesquisa.

Logo, inicia outra etapa, a pesquisa da pesquisa que segundo Bonin (2011) é

uma prática relevante para tomar contato com a produção, a fim de que as novas investigações contemplem e considerem esses desenvolvimentos e aquisições e busquem efetivamente avançar *com* e a *partir* deles. (BONIN, 2011, p.34)

Esta etapa deve ser cumprida rigorosamente pelo pesquisador, pois é nela que investigamos e coletamos produções existentes relacionadas ao objeto que pretendemos analisar, problemas já encontrados e conhecimentos já adquiridos com pesquisas anteriores, assim como, os autores referência no assunto. Inclusive, é na pesquisa da pesquisa que é

possível ter uma noção, de acordo com os materiais encontrados, se o que pretendemos analisar é algo novo ou queremos propor e aprimorar elementos de alguma pesquisa já concluída. Além disso, os materiais encontrados servirão como base durante o desenvolvimento, por isso esta etapa é de extrema importância para a pesquisa.

Para obter os resultados desejados utilizamos as duas abordagens metodológicas, a qualitativa e a quantitativa, pois nesta pesquisa precisamos do complemento das duas. Há um pouco de preconceito em utilizar as respectivas abordagens, como afirma Goldenberg (2004), para alguns pesquisadores os métodos qualitativos “servem apenas para dar legitimidade ao senso comum” e para outros, os métodos quantitativos “simplificam a vida social limitando-a aos fenômenos que podem ser enumerados [...]. Sacrificam a compreensão do significado em troca do rigor matemático” (GOLDENBERG, 2004, p.61). Já a autora pensa que é muito mais viável e aproveitador utilizar uma abordagem quali-quantitativa, pois,

É o conjunto de diferentes pontos de vista, e diferentes maneiras de coletar e analisar os dados (qualitativa e quantitativamente), que permite uma ideia mais ampla e inteligível da complexidade de um problema. A integração da pesquisa quantitativa e qualitativa permite que o pesquisador faça um cruzamento de suas conclusões de modo a ter maior confiança que seus dados não são produto de procedimento específico ou de alguma situação particular. Ele não se limita ao que pode ser coleta em uma entrevista: pode entrevistar repetidamente, pode aplicar questionários, pode investigar diferentes questões em diferentes ocasiões, pode utilizar fontes documentais e dados estatísticos. (GOLDENBERG, 2004, p.62).

Portanto, empregar as duas abordagens podem abrir novos caminhos e novas possibilidades na pesquisa, assim como, não pretendendo escolher uma ou outra abordagem, utilizar ambas para enriquecer a pesquisa com o que cada uma pode oferecer de dados.

A abordagem qualitativa é onde o “pesquisar vai a campo buscando “captar” o fenômeno em estudo a partir da perspectiva das pessoas nelas envolvidas, considerando todos os pontos relevantes” (GODOY, 1995, p.02), ou seja, nesta parte nos preocupamos em pesquisar e entender o contexto do objeto que analisamos. Diferente da abordagem quantitativa:

Os dados qualitativos consistem em descrições detalhadas de situações com o objetivo de compreender os indivíduos em seus próprios termos. Estes dados não são padronizáveis como os dados quantitativos, obrigando o pesquisador a ter flexibilidade e criatividade no momento de coletá-los e analisá-los. Não existindo regras precisas e passos a serem seguidos, o bom resultado da pesquisa depende da sensibilidade, intuição e experiência do pesquisador. (GOLDENBERG, 2004, p. 53).

Desta forma, na abordagem qualitativa os resultados obtidos não são transformados em números. De uma forma resumida, com a abordagem qualitativa queremos dar ênfase à qualidade do contexto e da teoria e com a abordagem quantitativa ênfase aos dados (numéricos) analisados nesta pesquisa.

Dentro da abordagem qualitativa usaremos os métodos do estudo de caso que de acordo com Creswell (1994), é um tipo de pesquisa em que o “pesquisador explora uma simples entidade ou fenômeno limitado pelo tempo ou atividade [...] e coleta detalhada informação utilizando uma variedade de procedimentos [...]” (CRESWELL, 1994, p.12), no caso desta pesquisa, o fenômeno explorado foi cinco principais portais brasileiros. Segundo Stake (1995), este método é “o estudo da particularidade e da complexidade de um simples caso” (STAKE, 1995, p.21), ou seja, o caso que defendemos aqui é a análise feita de acordo com as manchetes no efeito e sentido que causam aos leitores. Esta pesquisa também se enquadra no estudo de casos coletivos, pois é onde “[...] o pesquisador estuda conjuntamente alguns casos para investigar um dado fenômeno [...]. Os casos individuais que se incluem no conjunto estudado podem ou não ser selecionados por manifestar alguma característica comum” (ALVES-MAZZOTTI, 2006, p.642), sendo assim, os casos coletivos são os discursos das manchetes dos portais que analisamos. Estudar esses casos juntos é extremamente importante para a compreensão dos fatos e a conclusão da pesquisa. Além disso, utilizaremos dos conceitos da análise de conteúdo que dentro da pesquisa serve para:

[...] colocar em evidência os assuntos e os temas mais importantes difundidos nas mensagens mediáticas. Isto é feito a partir da quantificação de itens, ou seja, a contagem da ocorrência de certas palavras ou família de palavras. (RINGOOT, 2006, p.134)

Desta forma, é pela análise de conteúdo que iremos explorar e analisar pela abordagem quantitativa, através dos comentários separados em positivos, negativos e neutros.

Depois deste levantamento teórico da metodologia utilizada apresentaremos detalhadamente como se sucedeu todo o processo metodológico desta pesquisa.

3.1 Metodologia

O objetivo principal desta pesquisa se baseou em realizar uma análise nas manchetes de portais jornalísticos levando em consideração à produção de efeitos e sentidos que elas produzem aos leitores, para chegar ao resultado esperado passamos por algumas etapas que foram cruciais para o desenvolvimento da pesquisa.

A primeira etapa que realizamos foi a escolha do tema, “Qual a produção de efeitos e sentidos que as manchetes transmitem aos leitores”, sendo mais específico para a área do jornalismo, a palavra-chave do tema desta pesquisa seria o Webjornalismo. Logo, depois da escolha do tema foi a vez de construir uma pergunta problema que nos conduziu durante a construção da pesquisa até chegarmos aos resultados. Inicialmente, a pergunta problema se fazia da seguinte forma, “Como é a construção da produção de efeitos e sentidos que as manchetes dos portais jornalísticos causam aos leitores?”, porém, durante o período de coleta de dados não foi possível fazer de acordo com as postagens da Caneta Desmanipuladora, pois a mesma que antes se mostrava atualizada, não teve muitas postagens diante do acontecimento. Em virtude disso, precisamos trocar a linha de análise, mas que seguiu com o mesmo viés que ao invés de nos basearmos nos posts da Caneta Desmanipuladora foi pelas notícias divulgadas pelos próprios portais, durante aquela semana.

Entre agosto e setembro de 2015, realizamos o levantamento bibliográfico, foi onde encontramos e decidimos quais autores seriam usados como referência. Para compor e enriquecer esta pesquisa usamos conceitos de autores(as) como RECUERO, PALACIOS, BARBOSA, CHARAUDEAU, MIELNICZUK e FERREIRA. Diante disso, entre setembro e dezembro, foi feita a pesquisa da pesquisa, onde coletamos, de acordo com esses autores, matérias e pesquisas já feitas com o mesmo tema ou semelhantes. Assim como, fizemos um levantamento de materiais na internet que falavam sobre o assunto como vídeos, sites, blogs e notícias. Vale salientar que durante esse período de coleta não encontramos nenhuma pesquisa que tivesse os mesmos propósitos do que realizamos aqui. Feito isso, elaboramos o referencial teórico da pesquisa, que era composto pelos seguintes conceitos, Títulos/manchetes, Discurso das Mídias, Webjornalismo, Portal (sites) e Redes sociais, onde desenvolvemos de acordo com os autores referência a principal ideia de cada conceito apresentado.

A coleta de dados foi feita durante o mês de agosto, mais preciso, entre os dias 25 e 31, semana em que aconteceu o julgamento final do processo de Impeachment da Presidenta Dilma Rousseff. Nos dias 25, 26, 27 e 28 de agosto. Na primeira etapa, foi ouvido no Senado o depoimento das testemunhas, já na segunda-feira, dia 29, foi a vez do depoimento da então presidenta do Brasil, Dilma Rousseff e no dia 30 os senadores puderam fazer seus pronunciamentos e questionamentos em relação ao depoimento de Dilma. Durante essa semana realizamos a coleta de dados que foi feita em quatro principais portais brasileiros, Portal de Notícias G1, Jornal O Globo, Estadão e Folha de São Paulo e o maior do estado do Rio Grande do Sul, o Jornal Zero Hora. Nesse tempo, analisamos detalhadamente as notícias

que iam sendo divulgados no decorrer dos dias, estipulamos o período de 8 horas para que fizéssemos a coleta nos portais. Foram selecionadas 113 manchetes de notícias desses portais, ao qual, elencamos as que tinham um discurso que ao ver era polêmico e as que pela grandeza do acontecimento, e conseqüentemente, com bastante repercussão haviam sido divulgadas em mais de dois portais.

Para apresentar a análise do material coletado separamos apenas oito manchetes daquelas em que haviam sido divulgadas em mais de um portal analisado e que continham o mesmo conteúdo e manchete semelhante para então fazer a análise e comparação do efeito e sentidos dessas manchetes.

Separamos as que foram divulgadas nos dias, 28/08 (domingo) e 29/08 (segunda-feira). Escolhemos duas manchetes de domingo, pois era o dia anterior ao que a Presidenta Dilma Rousseff iria apresentar o seu depoimento, a primeira saiu no Estadão e no Portal de Notícias G1, falava sobre uma reunião que iria ser feita um dia antes entre aliados da presidenta para planejar táticas que seriam praticadas durante e após seu depoimento. Outro discurso de manchetes semelhantes saiu no portal Folha de São Paulo e Estadão, que falavam sobre o “tom” que Dilma iria impor durante sua fala, senadores contra a petista declaravam que as respostas seriam no mesmo tom usado por ela. As manchetes escolhidas da segunda-feira, após o depoimento, foram divulgadas pelo Estadão e Jornal Zero Hora, estas traziam no enunciado, que o lado a favor do impeachment, diziam que mesmo depois do depoimento da presidenta os votos dos senadores contra o impeachment não iria mudar e já para os petistas o depoimento foi válido e mudaria os votos. E por fim, ainda na segunda-feira elencamos também para análise as manchetes da Folha de São Paulo e Jornal O Globo que falavam sobre a repercussão da fala de Dilma na imprensa internacional. Abaixo é possível conferir as manchetes e os respectivos portais:

TABELA 1 – Esquema com o dia, portal e manchetes de notícias publicadas na semana do julgamento do impeachment da presidenta Dilma Rousseff usadas para análise

Dia	Portal	Manchetes
28/08 (Domingo)	*Estadão **G1	*Aliados de Dilma reúnem-se à noite para planejar atuação em depoimento. ** Apoiadores se reúnem para acertar perguntas a Dilma em interrogatório
28/08 (Domingo)	*Folha de S.Paulo	*'Dilma é quem vai dar o tom', dizem senadores sobre depoimento.

Dia	Portal	Manchetes
28/08 (Domingo)	**Estadão	**'Se errar no tom, as respostas serão no mesmo tom', diz Aécio sobre Dilma.
29/08 (Segunda-feira)	*Estadão ** Zero Hora	*Discurso de Dilma repercute nos EUA, mas imprensa afirma que impeachment é dado como certo; **Como a imprensa internacional noticiou o discurso de Dilma;
29/08 (Segunda-feira)	*Folha de S.Paulo **O Globo	*Análise: Previsível discurso de Dilma não deve alterar cenário pro-impeachment; **Petistas dizem que discurso de Dilma foi forte e apostam em reversão de votos.

FONTE: O autor (2016)

Realizamos o estudo de caso nos cinco portais analisados, onde fizemos o levantamento dos tipos de manchetes que seriam usadas, bem como, o conteúdo de cada uma delas, além dos dias estratégicos (domingo e segunda-feira) que tiveram mais repercussão de acordo com a programação do acontecimento.

Com a abordagem qualitativa faremos uma leitura em todos os comentários que foram feitos nas respectivas notícias, e então fazer um mapeamento separando entre comentários positivos, negativos e neutros das oito manchetes que elencamos. De acordo com esses resultados quantitativos, transformamos os dados obtidos em números e em gráficos, onde é possível observar pelo número de comentários que efeitos e sentidos essas manchetes produzem aos leitores, levando em consideração que há dois lados, os a favor e os contra a petista Dilma Rousseff. Já com a abordagem qualitativa trazemos o contexto destes resultados, para assim, concluirmos quais os efeitos e sentidos são transmitidos aos leitores com o discurso de manchetes de um acontecimento de cunho polêmico.

Desta forma, no próximo tópico apresentaremos o desenvolvimento da análise de acordo com a metodologia utilizada.

3.2 Desenvolvimento e análise da pesquisa empírica

Há cerca de um ano o pedido de impeachment foi entregue à Câmara dos Deputados e depois o processo foi aceito, o acontecimento parou o Brasil e gerou revolta nos milhões de brasileiros que haviam votado em Dilma Rousseff nas eleições de 2014. Assim como, também

gerou manifestações por parte dos que não apoiavam a presidenta, em razão das questões que vinham acontecendo no país, como corrupção, Operação Lava Jato e crise econômica. Os protestos começaram a vir de todos os lados, contra e a favor de Dilma. Os a favor alegavam que se realmente fosse votado pelo impeachment no Senado seria considerado um golpe contra a democracia.

No dia 31 de agosto de 2016, depois de sete dias no Senado ouvindo testemunhas e os senadores e também o tão esperado depoimento de Dilma Rousseff, a presidenta foi condenada por crimes de responsabilidade como, as pedaladas fiscais e por remeter decretos de suplementação orçamentária. De 42 votos a favor para 36 contra a Presidenta Dilma Rousseff reeleita em 2014 com 52% dos votos foi afastada permanentemente do cargo, ficando em seu lugar o vice-presidente Michel Temer até 2018.

Dilma foi condenada por assinar decretos de suplementação orçamentária, em 2015, sem a autorização do Congresso, o que desrespeita a Lei de Responsabilidade Fiscal, considerado crime de responsabilidade pois teria ido contra a lei. E também é condenada pelas Pedaladas Fiscais, que foi um repasse no valor de 3,5 bilhões de reais que o atual governo atrasou ao Banco do Brasil, no qual realizava o pagamento referente ao programa de crédito agrícola “Plano Safra”, o que fez com o próprio banco realizasse o pagamento aos agricultores. Os crimes cometidos não foram autorizados e também iam contra a lei orçamentária.

Durante o período de coleta dos dados, no qual foram escolhidas para análise oito manchetes que haviam sido divulgadas durante a semana em que aconteceu o julgamento final do processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff, utilizamos os seguintes critérios para separar os comentários em positivos, negativos e neutros: Os **Positivos** aqueles comentários que seriam a favor da presidenta Dilma Rousseff e aqueles que transmitiam uma opinião de contentamento com o que havia sido feito de bom pelo governo, os **Negativos** aqueles contra a presidenta e então, a favor do impeachment, retratados nos comentários em que o leitor se mostra contra o atual governo, mostrando indignação com a situação, e por fim, os comentários **Neutros** aqueles que não esboçam nenhum tipo de reação contra ou a favor, ou não são possíveis de identificar a postura, no qual se mostram indiferentes diante do acontecimento não defendendo nenhum lado e também aqueles comentários que não tem relação ou entendimento ao que vem sendo tratado na notícia.

TABELA 2 – Critérios para análise e separação dos comentários em positivos, negativos e neutros.

Positivos	Negativos	Neutros
A favor de Dilma Rousseff/ Contra o impeachment	Contra Dilma Rousseff/ A favor do impeachment	Nem contra, nem a favor
Contentamento com o governo	Descontentamento com o governo	Não tem relação ou entendimento com a notícia

FONTE: O autor (2016)

Durante o julgamento, os portais de notícias analisados criaram editorias/categorias para o Impeachment, no qual era possível verificar e acompanhar todas as notícias que eram publicadas nesses portais referentes ao impeachment possibilitando que os usuários tivessem facilidade ao acessar apenas as notícias deste assunto.

O Portal de Notícias G1 fez uma grande cobertura durante a semana, acompanhando de maneira instantânea tudo o que acontecia no Senado, atualizando a cada depoimento dos senadores, no qual era possível acessar o mesmo em vídeo e ler a matéria onde continha umas informações principais. O Estadão também divulgava e atualizava as informações instantaneamente e era possível conferir no “Estadão Ao vivo”, na categoria “Minuto a minuto” tudo o que acontecia relacionado ao impeachment, como exemplo na imagem a baixo.

FIGURA 3 – Print da tela do Portal Estadão com a editoria Estadão Ao Vivo.

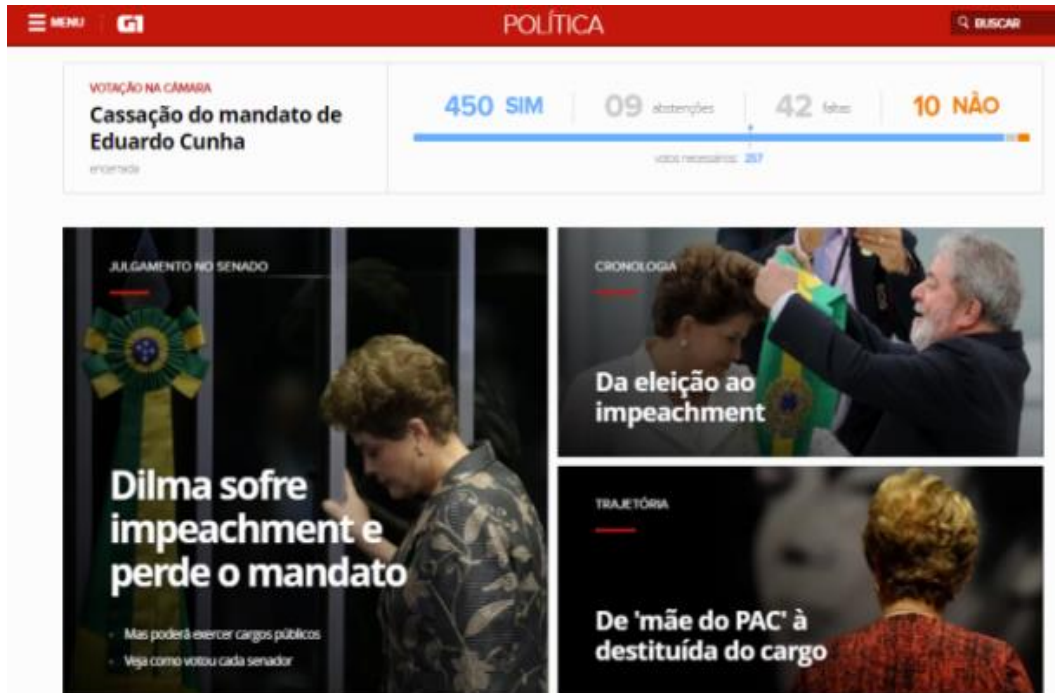


FIGURA 4 – Print da tela do Portal de Notícias G1 com a editoria “Impeachment”

A categoria “Minuto a minuto” transmitia as informações ao vivo do Senado, com uma equipe de jornalistas que iam publicando a cada novo depoimento dos senadores com as partes mais importantes. No Portal de Notícias G1, além das notícias atualizadas, utilizava de infográfico com informações bem detalhadas e de fácil compreensão para o leitor e também de páginas diagramadas especialmente para o Impeachment que continha um resumo do que aconteceu em cada dia.

O Jornal O Globo e a Folha de São Paulo também trabalharam com a mesma proposta. Inclusive ainda é possível acessar as editorias “Impeachment” e ter acesso, além dos conteúdos daquela semana, novas matérias com informações atualizadas que ainda tem referência sobre o processo de impeachment de Dilma Rousseff. Dois meses depois do julgamento final, a editoria com as notícias sobre o impeachment do Jornal Zero Hora não é mais possível ter acesso, apenas as notícias com a tag¹³ “impeachment”. Nas imagens a baixo é possível conferir que as editorias do Jornal O Globo e Folha de São Paulo ainda estão sendo atualizadas.

¹³ É uma espécie de palavra-chave que permite aos usuários encontrar assuntos por essas palavras de uma maneira mais fácil.

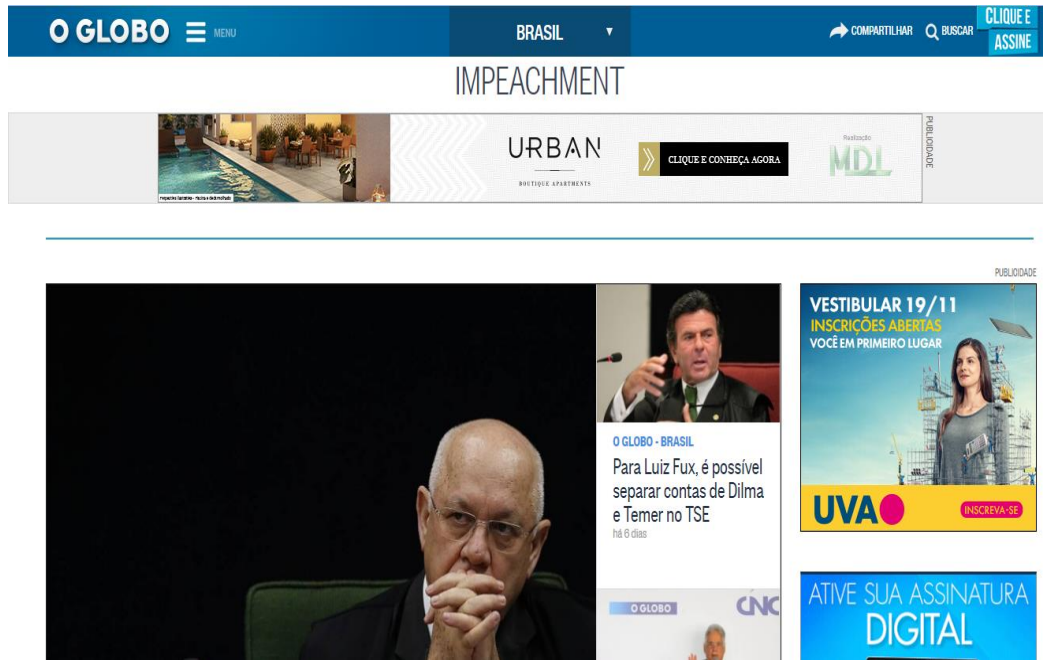


FIGURA 5 – Print da tela do Portal do Jornal O Globo, editoria “impeachment”.



FIGURA 6 – Print da tela da Folha de São Paulo, editoria “impeachment”.

Para fazer a cobertura desse grande acontecimento para o Brasil, os portais não utilizavam apenas dos sites para transmitir as informações, as redes sociais como Facebook e Twitter também foram bastante exploradas durante aquela semana. De acordo com o número de comentários que analisamos nos dados colhidos para esta pesquisa notamos que a participação do público, levando em conta os comentários, era muito maior nas redes sociais.

Na imagem abaixo é possível conferir uma postagem no Twitter do Jornal O Globo e também um grande número de retweets¹⁴ e curtidas.



FIGURA 7 – Notícia publicada no Twitter do Jornal O Globo.

No Twitter as hashtags são muito usadas para dar referência ao que se quer falar. Durante a semana do julgamento a *#impeachmentday*¹⁵ estava em primeiro lugar como assuntos do momento, no qual, os usuários com suas contas de perfil expressavam suas opiniões sobre o assunto e qualquer pessoa que acessasse a hashtag poderia encontrar todos os tweets referentes ao impeachment. Com a imagem a baixo é possível notar que pessoas dos dois lados, contra e a favor, davam suas opiniões. Na segunda imagem, ainda com a *#impeachmentday* um tweet destaque que um usuário fez compartilhando uma notícia do UOL e que falava sobre a ideia de que os estrangeiros não estavam confiantes de que apenas com o impeachment de Dilma o Brasil ficaria em uma situação melhor.

¹⁴ Uma característica da Rede Social Twitter. É quando alguém tweeta a postagem de alguém como se fosse o compartilhamento no Facebook.

¹⁵ A hashtag pode ser acessada em: <https://twitter.com/search?q=%23ImpeachmentDay&src=tyah>



FIGURA 8 – Notícia publicada no Twitter do Jornal O Globo.

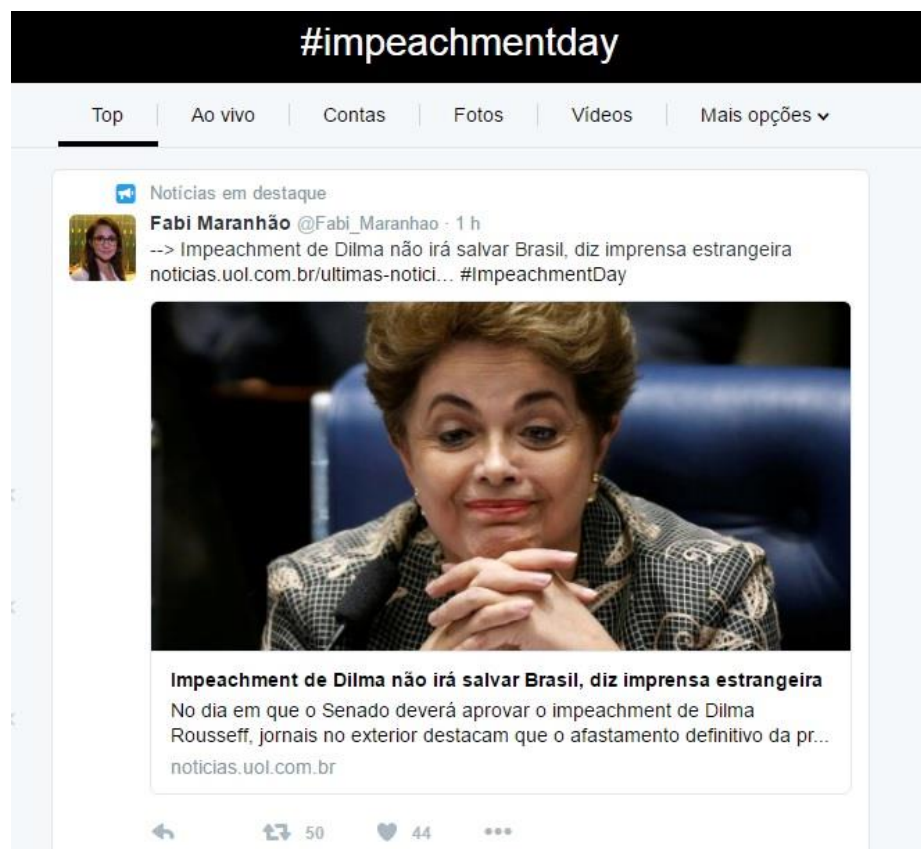


FIGURA 9 – Notícia do Twitter referentes à #impeachmentday.

Além de todos os critérios de análise que já citamos nesta pesquisa, procuramos dar um equilíbrio em números totais de comentários, pois em alguns portais eram muitos ou poucos comentários. No Portal de Notícias G1, por exemplo, em algumas notícias divulgadas naquela semana continham números gigantescos, em uma 712 em outra 2.929 comentários. Já na Folha de São Paulo, em razão dos comentários serem restritos aos assinantes não havia muita participação.

A primeira notícia que escolhemos para análise foi divulgada no domingo (28/08), pelo Estadão e Portal de Notícias G1 que falavam sobre uma reunião que iria ser feita no domingo entre os apoiadores da então presidenta Dilma Rousseff para falarem e decidirem questões referentes ao seu depoimento que seria feito na segunda-feira. O Estadão publicou com a seguinte manchete: “Aliados de Dilma reúnem-se à noite para planejar atuação em depoimento”¹⁶, já o Portal de Notícias G1 publicou como, “Apoiadores se reúnem para acertar perguntas a Dilma em interrogatório”¹⁷.

A diferença dos números de comentários foi grande, de 58 para 06. Os comentários do Estadão eram rasos não contendo muita informação sobre o que de fato estava sendo tratado na manchete. Entretanto, o que os leitores (contra Dilma) alegavam que era perda de tempo essa reunião e que estariam montando estratégias de fuga do país, como declarava um leitor em seu comentário.

TABELA 3 – Número de comentários analisados nas notícias referentes à reunião entre Dilma e aliados para debaterem sobre questões do seu depoimento.

Portal	Comentários	Positivos	Negativos	Neutros
Estadão	6	0	4	2
G1	58	5	45	8

FONTE: O autor (2016)

A escolha dessa notícia foi muito significativa na análise, pois como era o dia anterior ao que então presidenta Dilma Rousseff iria fazer o seu pronunciamento diante do Senado e a expectativa em torno disso era muito grande.

A segunda notícia que usamos para análise, ainda do domingo, trazia como tema o “tom” que Dilma Rousseff iria empregar no seu depoimento e depois nas respostas as

¹⁶ Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/blogs/coluna-do-estadao/aliados-de-dilma-reunem-se-a-noite-para-planejar-atuacao-em-depoimento/>

¹⁷ Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/processo-de-impeachment-de-dilma/noticia/2016/08/apoiadores-se-reunem-para-acertar-perguntas-dilma-em-interrogatorio.html>

perguntas feitas pelos senadores. A Folha de São Paulo publicou a seguinte manchete, “Dilma é quem vai dar o ‘tom’, dizem senadores sobre depoimento”¹⁸, já o Estadão publicou como, “Se errar no tom, as respostas serão no mesmo tom, diz Aécio sobre Dilma”¹⁹.

Na tabela abaixo podemos conferir a relação dos números de comentários, de 58 para 03, isso acontece, porque como já falamos, a Folha de São Paulo tem os comentários restritos para assinantes. Apenas nas manchetes já é possível notar a grande preocupação dos senadores com o tom que seria usado por Dilma.

TABELA 4 – Número de comentários analisados em duas notícias referentes a fala dos senadores sobre o tom que seria usada por Dilma em seu depoimento.

Portal	Comentários	Positivos	Negativos	Neutros
Folha de São Paulo	3	0	3	0
Estadão	58	1	47	10

FONTE: O autor (2016)

Um dos leitores comentou, ironizando, que Dilma poderia usar o mesmo tom empregado por Gleisi Hoffmann, ex-ministra-chefe da Casa Civil do Brasil e agora senadora aliada à presidenta e que ficou conhecida durante aquela semana por seu discurso e tom, às vezes, elevado para tratar questões do impeachment e se referir aos outros senadores. Na imagem a baixo damos o exemplo de outro comentário com resposta na notícia publicada pelo Estadão.



FIGURA 10 – Comentários de leitores na notícia do Estadão sobre o “tom” que seria empregado por Dilma Rousseff em seu discurso.

¹⁸ Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/08/1807821-dilma-e-quem-vai-dar-o-tom-dizem-senadores-sobre-depoimento.shtml>. Acesso em 20.10.2016.

¹⁹ Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,se-ela-errar-no-tom-as-nossas-respostas-serao-no-mesmo-tom-diz-aecio-sobre-dilma,10000072499>. Acesso em 20.10.2016.

O que os leitores querem se referir neste comentário é que Dilma poderia tentar contornar a situação falando sobre outras coisas que não sobre o que estava sendo julgado e também desdobrar nas respostas as perguntas dos senadores, por isso também a preocupação do tom que seria empregado por ela, pois segundo Dilma, não cometeu os crimes pelos quais estava sendo julgada. Em outro comentário um leitor alega que, “Porque tanto medo da fala da Dilma? Até onde a mídia diz, a Dilma vai dizer que é golpe e quem está diretamente envolvido no golpe, simples assim, não vejo motivo para o Aécio ameaçar antecipadamente a fala da Presidenta democraticamente eleita Dilma Rousseff”. Em outro depoimento que foi realizado logo após saber que seria julgada por crimes de responsabilidade, Dilma alegou que havia sofrido dois golpes: O golpe militar e o outro o golpe parlamentar.

Outro tema de análise foi divulgado na segunda-feira (29/08), como estava sendo repercutido o acontecimento do impeachment da presidenta Dilma Rousseff na imprensa internacional, grandes jornais impressos como o The New York Times, El Clarín e a Rede de televisão CNN expressaram suas opiniões referentes ao que estava acontecendo na política brasileira. Escolhemos as notícias divulgadas pelo Estadão e Jornal Zero Hora, o primeiro trouxe a seguinte manchete: “Discurso de Dilma repercute nos EUA, mas a imprensa afirma que impeachment é dado como certo”²⁰ e o segundo, “Como a imprensa internacional noticiou o discurso de Dilma”²¹. Os números de comentários foram significativos se compararmos o total dos dois portais, 23 para 11 comentários.

TABELA 5 – Número de comentários analisados em duas notícias referentes ao que a imprensa internacional vinha divulgando sobre o impeachment.

Portal	Comentários	Positivos	Negativos	Neutros
Estadão	23	2	18	3
Zero Hora	11	3	5	3

FONTE: O autor (2016)

A imprensa internacional não acreditava que o discurso de Dilma faria diferença na votação do impeachment. Nos comentários analisados não havia nenhum que falasse especificamente questionando a opinião da imprensa internacional.

²⁰ Disponível em: <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,discurso-de-dilma-repercute-nos-eua-mas-imprensa-afirma-que-impeachment-e-dado-como-certo,10000072688>

²¹ Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/politica/noticia/2016/08/como-a-imprensa-internacional-noticiou-o-discurso-de-dilma-7348423.html>

A última notícia que analisamos referentes aos portais, também foi divulgada na segunda-feira e falava sobre o momento pós-depoimento de Dilma Rousseff, no qual foram divulgadas notícias dizendo que para os aliados de Dilma o seu discurso poderia reverter votos e os contra diziam que não mudaria a quantidade de votos necessários para acontecer o impeachment. Escolhemos as notícias que foram divulgadas na Folha de São Paulo com a manchete, “Análise: previsível discurso de Dilma não deve alterar cenário pró-impeachment”²² e a notícia do Jornal O Globo, “Petistas dizem que discurso de Dilma foi forte e apostam em reversão de votos”²³.

TABELA 6 - Número de comentários analisados em duas notícias referentes ao que pensavam os senadores, a favor e contra Dilma, logo depois de seu depoimento.

Portal	Comentários	Positivos	Negativos	Neutros
Folha de São Paulo	3	1	2	0
O Globo	5	0	5	0

FONTE: O autor (2016)

Nota-se que assim como as outras essas tiveram um número baixo de comentários, mesmo causando grandes discussões em torno do assunto, na razão pela qual o discurso de Dilma entrou para a história, mas que não trouxe novidades, falou bastante no início questões pessoais. Na imagem a baixo o comentário de um leitor a favor de Dilma, no qual defende que sem provas dos crimes cometidos é um desrespeito aos eleitores que votaram nela na última eleição.

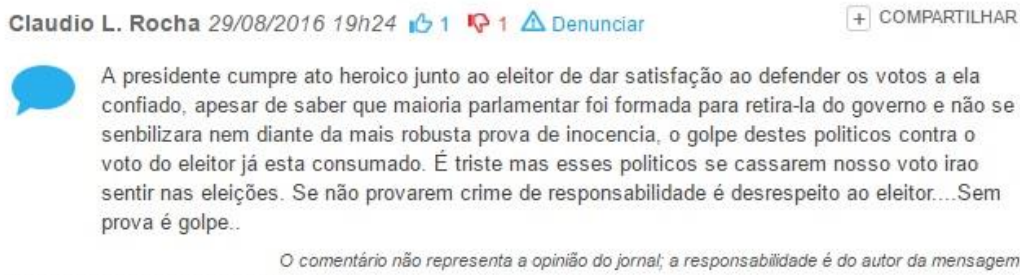


FIGURA 11 – Comentário de um leitor a favor de Dilma na notícia.

²² Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/poder/2016/08/1808028-previsivel-discurso-de-dilma-nao-deve-alterar-cenario-pro-impeachment.shtml>

²³ Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/petistas-dizem-que-discurso-de-dilma-foi-forte-apostam-em-reversao-de-votos-20010818>

Conforme já citamos neste trabalho, a primeira intenção era fazer uma análise nos posts da página Caneta Desmanipuladora, entretanto, como também já explicamos na semana de coleta dos dados à página teve poucas postagens referentes ao julgamento. A página Caneta Desmanipuladora influenciou muito na construção desta pesquisa, pois foi a partir da proposta que ela trazia que pensamos em mudar o viés do que havia sido previsto no projeto. Foi a partir da página Caneta Desmanipuladora e da Caneta Desesquerdizadora que determinamos critérios de análise em positivo, negativo e neutro, visto que as duas páginas são compostas de visões diferentes e obviamente que dependendo de qual Caneta formos analisar os critérios serão divergentes e que também já serviram para identificarmos que tipos de comentários são feitos por leitores de portais.

Dentre as poucas postagens da Caneta Desmanipuladora no período de coleta dos dados escolhemos uma delas que trazia um discurso ao qual também já usamos para análise nesta pesquisa e que foi publicada no dia 29 de agosto falando sobre a reunião entre os aliados de Dilma, juntamente com o ex-presidente Luiz Inácio da Silva.



FIGURA 12 – Correção da manchete do Jornal O Globo feita pela página Caneta Desmanipuladora.

A intenção da página Caneta Desmanipuladora nessa correção era de trocar o termo usado no discurso da manchete do Jornal O Globo de “Ex-presidente”, pois Dilma Rousseff

ainda não havia perdido o cargo sendo apenas a presidente afastada como eles corrigiram no print da manchete. Esta postagem teve 4,5 mil curtidas, 987 compartilhamentos e 74 comentários, entretanto, foram totalizados 127 comentários contando com aqueles que haviam sido respostas de comentários.

TABELA 7 - Número de comentários analisados na página do Facebook Caneta Desmanipuladora sobre a manchete da notícia divulgada pelo Jornal O Globo referente a reunião entre Dilma e aliados.

Página	Comentários	Positivos	Negativos	Neutros
Caneta Desmanipuladora	127	49	21	55

FONTE: O autor (2016)

Em razão de a página ser a favor do Governo Dilma, podemos notar que os números de comentários positivos são maiores que os negativos. Dentre os comentários havia mais defendendo a presidenta e julgando o discurso desta manchete do Jornal O Globo.

Para a análise escolhemos também uma das poucas postagens da Caneta Desesquerdizadora referente ao julgamento final do processo de impeachment. Esta foi uma notícia publicada no dia 25 de agosto, que não foi divulgada exatamente no período de coleta, mas que é de extrema relevância para entender as várias formas de efeitos e sentidos que o discurso das manchetes transmitem aos leitores e também a diferença do discurso usado pelas duas canetas.

A notícia original é da Folha de São Paulo, onde trazia na manchete que senadores temiam embate entre Dilma Rousseff e a advogada de acusação, Janaína Paschoal, na segunda-feira o dia em que a presidenta iria prestar o seu depoimento no Senado. Esta postagem rendeu 3,5 mil comentários, 645 compartilhamentos e 75 comentários.

**"UM SENADOR ALIADO DE TEMER,"
PETISTAS E A FOLHA**
~~Senadores temem embate entre Dilma~~
RESPONDENDO PERGUNTAS DE
~~e~~ **Janaína Paschoal na próxima 2ª**



FIGURA 13 – Correção de uma manchete da Folha de São Paulo feita pala página Caneta Desesquerdizadora

O que a Caneta Desesquerdizadora propunha nesta correção foi deixar explícito na manchete que na verdade quem temia eram os petistas e a própria Folha de São Paulo, ao qual chamam de “Foice”, as perguntas que seriam feitas a Presidenta Dilma Rousseff referente aos crimes que teria cometido.

TABELA 8 - Número de comentários analisados na página do Facebook Caneta Desesquerdizadora.

Página	Comentários	Positivos	Negativos	Neutros
Caneta Desesquerdizadora	86	0	59	27

FONTE: O Autor (2016)

Podemos notar que dos 86 comentários, 59 eram negativos. Ou seja, quem comenta nesta página são apenas os contra ao governo Dilma e que também criticam a imprensa por ter relação com o partido PT.

Para mostrar a influência que a Caneta Desesquerdizadora tem em relação as pessoas contra Dilma Rousseff, Lula e qualquer outro aliado ao PT, apresentamos a baixo o comentário de um leitor.

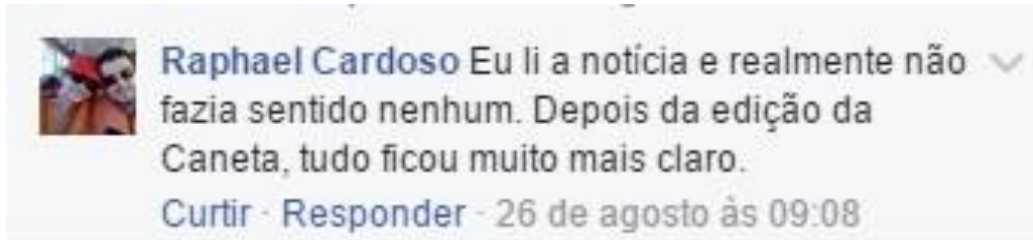


FIGURA 14 – Comentário de um leitor na postagem da Caneta Desesquerdizadora.

É claro que o entendimento da manchete varia de pessoa para pessoa, mas o que vemos neste exemplo não é algo de difícil entendimento, o que a Caneta alega era que não havia explícito na manchete o nome dos senadores que temiam este embate e que na verdade os preocupados eram os aliados a Dilma. Também, por qual razão esse “embate”, segundo a Caneta, seria em relação às perguntas que Janaína faria a presidenta Dilma.

As duas páginas surgiram esse ano com uma proposta nova, tem grande influencia entre os frequentadores das redes sociais, pois como podemos perceber na análise há muita participação, visto que tratam do tema política e também porque abordam os dois lados: de esquerda e direita, em razão disso existem muitas discussões em torno do que as duas Canetas propõem.

Desta forma, notamos que há muito mais envolvimento com a parte negativa de todo esse processo de impeachment se relacionarmos aos números. Depois desta explanação do que foi analisado para esta pesquisa, no próximo tópico mostraremos e analisaremos os resultados obtidos.

3.3 Análise dos resultados obtidos

Durante todo esse processo de coleta e análise dos dados em que buscamos nos aprofundar para realizar essa pesquisa podemos notar que o caso em si é algo muito complexo, pois compreende o assunto política brasileira que de uns anos para cá vem sendo bastante polêmica por todo o contexto histórico. Além disso, o único impeachment que havíamos tido até agora foi em 1992, com o presidente Fernando Collor de Melo e agora em 2016, com a presidenta Dilma Rousseff.

Dilma foi eleita com 52 milhões de votos nas eleições de 2014, por isso, o processo de impeachment causou revolta por grande parte da população brasileira, entretanto, os números obtidos durante a análise nos mostram que a maioria dos comentários eram negativos (A favor

do impeachment/Contra o governo de Dilma Rousseff), baseados nos critérios que desenvolvemos para separar em positivos, negativos e neutros.

Durante a análise foram 167 comentários lidos e separados entre os três critérios. A relação que temos dos comentários não é proporcional, pois cada portal tem a sua característica, como limites de notícias para acesso e comentários restritos para assinantes, desta forma, a proporção dos números não são iguais. O maior número de comentários está nas duas primeiras notícias de domingo no qual uma falava da reunião entre os aliados de Dilma Rousseff para estabelecer questões e estratégias referentes ao discurso que seria apresentado por ela na segunda-feira e a outra sobre o “tom” que seria usada no momento.

Durante a análise foi possível verificar a quantidade de comentários negativos, que de acordo com os critérios que utilizamos para esta pesquisa foram aqueles que mostravam descontentamento com o governo Dilma Rousseff.

Neste outro gráfico abaixo temos o total de comentários analisados em todas as notícias dos portais. É possível notar que a diferença entre positivos (7%) e negativos (77%) é muito grande levando em consideração a parte da população que elegeu Dilma Rousseff e que seria a favor dela. Dentre essa porcentagem os neutros (16%), que formam maior parte do que os positivos foram aqueles que não tinham relação com o assunto tratado na notícia ou que não havia um discurso explícito, outros também eram emojis/figurinhas ou através de letras que simbolizam risadas da internet e que não faziam parte do contexto.

Porcentagem de comentários analisados

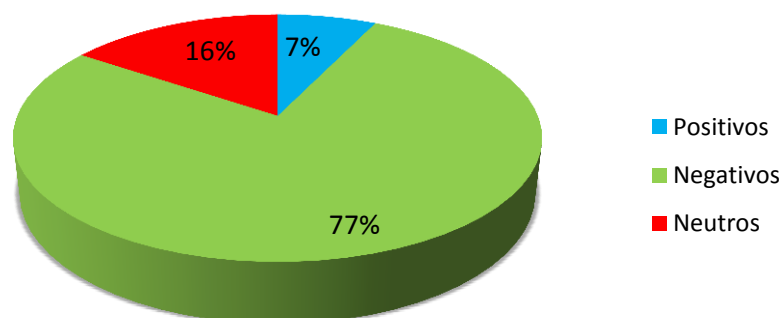


Gráfico 1 – Porcentagem de comentários analisados

Em relação aos números que encontramos na análise feita na postagem da página do Facebook Caneta Desmanipuladora podemos observar que o número de comentários positivos

(39%) é maior que o número de negativos (17%) isso é possível, pois a Caneta Desmanipuladora faz uso das manchetes para corrigir o discurso que ao ver seriam a favor do Governo de Dilma Rousseff, por isso o número de comentários positivos que baseado nos nossos critérios de análise mostra satisfação com o atual governo por isso essa porcentagem representa um número maior.

Relação dos comentários da página do Facebook Caneta Desmanipuladora

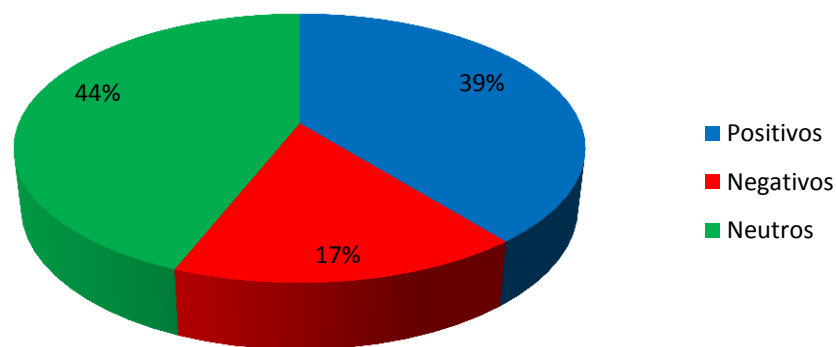


Gráfico 2 – Relação dos comentários da página do Facebook Caneta Desmanipuladora

Já no gráfico abaixo, representando os dados obtidos a partir da página Caneta Desesquerdizadora, podemos ver que o número de comentários positivos foi zero, para 69% negativos e 31% neutros.

Relação dos comentários da página do Facebook Caneta Desesquerdizadora

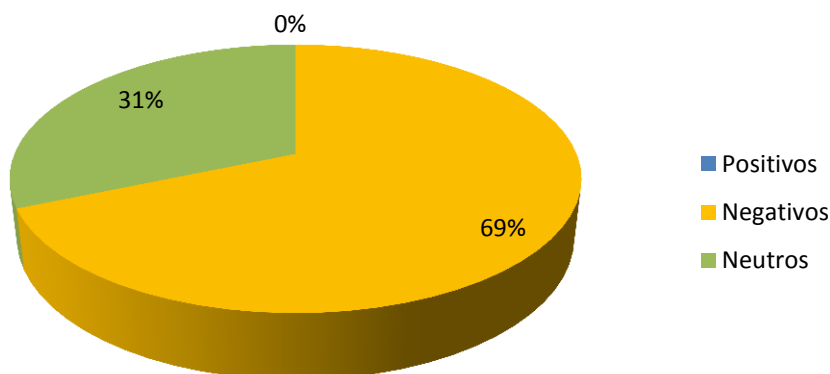


Gráfico 3 – Relação dos comentários da página do Facebook Caneta Desesquerdizadora

Desta forma, podemos fazer a ligação com os outros resultados referentes aos comentários dos portais jornalísticos que analisamos, no qual em todas as notícias o número de comentários negativos foram maiores. Podemos levar em consideração também que na Caneta Desmanipuladora há a participação dos contra o Governo, expressa pelo número de comentários negativos o que não houve na Caneta Desesquerdizadora totalizando 0% de comentários positivos (a favor do Governo).

As estratégias usadas na construção das manchetes são relevantes para que haja mais visibilidade, pois em algumas foram usadas palavras chaves que faziam com que o número de visualizações e até da participação dos leitores fossem maiores nas notícias e isso influencia muito na construção de efeitos e sentidos que os leitores podem ter ao ler apenas a manchete.

Como exemplo, a manchete do Estadão, no qual dizia que o Senador Aécio Neves comunicou um dia antes do discurso de Dilma que ela quem daria o “tom” foi uma tática usada pelos jornalistas, pois estaria buscando a atenção dos leitores a favor de Dilma Rousseff e dando mais destaque à fala do senador, diferente do que fez a Folha de São Paulo que na manchete trazia o discurso de que “senadores” haviam dito que quem daria o tom do julgamento seria Dilma.

Outro caso também pode ser visto nas notícias que falam sobre a reunião entre os aliados de Dilma, nas duas que analisamos do Estadão e G1 não citam o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, mas a notícia do O Globo que a Caneta Desmanipuladora utilizou para fazer a correção cita na manchete o nome do ex-presidente. Durante a análise dos comentários da Caneta Desmanipuladora alguns leitores até alegavam que quem faria o depoimento seria Luiz Inácio, dando a entender que ele quem produziria e iria nortear a fala de Dilma, sendo assim, para os contrários dos leitores a favor de Dilma Rousseff, esse seria o sentido produzido nesta manchete.

Para finalizar, as duas últimas notícias, no qual a primeira falava sobre a repercussão do acontecimento na imprensa internacional, onde o Estadão trazia em seu discurso que a imprensa declarava que o impeachment era dado como certo, para os a favor de Dilma, o discurso desta manchete poderia causar inquietação, pois como a imprensa internacional estaria alegando, mesmo antes do fim do julgamento já era dado como certo e também em razão de que consideravam que este impeachment era um golpe contra a democracia brasileira e já o Jornal Zero Hora não demonstrou em sua manchete nenhum tipo de reação, apenas com o enunciado de como a imprensa internacional havia noticiado o discurso de Dilma. A última trazia um discurso bem separado, a manchete da Folha de São Paulo alegava que o discurso

de Dilma não iria alterar na votação para o impeachment e o do Jornal O Globo, que os petistas diziam que o discurso de Dilma foi forte e que poderia mudar votos. Portanto, diante dos discursos dessas duas manchetes é possível entender como é construído a produção de efeitos e sentidos que transmitem aos leitores. Os contra a presidenta concordariam com a notícia da Folha de São Paulo, pois está estaria alegando que mesmo após o discurso de Dilma o impeachment seria certo e já para os a favor de Dilma, concordariam com a notícia do Jornal O Globo, visto que estaria defendendo que depois da fala firme de Dilma a votação do impeachment poderia ser revertido.

A pergunta problema que originou esta pesquisa é baseada em: “Como é a construção da produção de efeitos e sentidos que as manchetes dos portais jornalísticos causam aos leitores?”, sendo assim, podemos notar que é o discurso das manchetes que influenciam, muitas vezes, na construção dos efeitos e sentidos que é produzido aos leitores, visto que, são usadas estratégias para a elaboração das manchetes. Os números dos comentários apresentados após a análise referem-se também a importância dos comentários para alguns leitores, visto que, por ele é possível apresentar sua própria opinião sobre o assunto. O comentário possibilitou dar voz aos leitores e para alguns, talvez, a única forma de mostrar-se indignado ou contente com a situação, “[...] os comentários integram esse momento de libertação do leitor” (BUENO, 2015, p.89) de libertar suas ideias sobre os acontecimentos que cercam o país e o mundo e de poder refletir e ter contato com opiniões contrárias.

Desta forma, é a partir do discurso das manchetes e dos efeitos e sentidos que elas causam aos leitores é que temos, no final, a relação e o número dos comentários positivos, negativos e neutros. Mesmo com grande parte da população que votou na presidenta Dilma Rousseff, nesta pesquisa podemos perceber que as críticas ao Governo é muito maior se comparadas aos 52% de eleitores que votaram em Dilma, entretanto, não podemos generalizar, visto que nem toda a população brasileira participa com comentários em notícias.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal desta pesquisa era desenvolver uma análise na produção de efeitos e sentidos produzidos aos leitores nas manchetes referentes à decisão final do processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff.

O propósito era entender como é produzido o discurso das manchetes de grandes portais brasileiros durante um acontecimento de repercussão e de muita importância para o país. Para isso, pesquisamos e analisamos durante o desenvolvimento da pesquisa a influência dos portais jornalísticos e das redes sociais para a profissão do jornalismo, e também os reflexos do jornalismo político durante um acontecimento como esse, e que conseqüentemente, já vem carregado de muita polêmica em razão das situações políticas que o Brasil vem enfrentando. Para isso, abordamos algumas questões que levam a ética da profissão ao trazer assuntos relacionados à política, no qual, jornalistas colocam seus ideais políticos em primeiro lugar. Vemos que, apesar de ser algo incorreto, ainda acontece muito entre jornalistas e empresas de comunicação, no caso das manchetes, alguns discursos podem ficar subtendidos.

Ao decorrer desta pesquisa buscamos mostrar a importância do discurso jornalístico e também como esse discurso é produzido e interpretado na internet, especificamente nos portais jornalísticos e nas redes sociais. Para entendermos esse processo, realizamos um resgate do Webjornalismo, o surgimento dos primeiros sites aos portais jornalísticos até as redes sociais digitais, que foram cruciais para o desenvolvimento da pesquisa. O que vimos aqui é que a internet proporcionou a efetiva participação dos leitores, e que essa participação, é muito maior nas redes sociais digitais, visto que, as pessoas passam boa parte do dia conectadas à internet e aos seus perfis nas redes sociais, seja por computadores, notebooks, seja pelos *smartphones*. O Webjornalismo facilitou essa participação e cada vez mais os leitores estão preocupados em participar como uma forma de serem ouvidos pela grande mídia, expor suas opiniões, ter acesso a opiniões contrárias a sua e discutir sobre, assim como, saber entender e interpretar o que o outro quer dizer. Entretanto, em meio a essas qualidades que o Webjornalismo propôs em relação aos comentários, vemos também discurso de ódio em forma de comentários na internet, o que acaba fragilizando a qualidade dos mesmos. Durante a análise a maioria dos comentários negativos que encontramos tinham um discurso de ódio

em relação a atual situação do governo, pelo discurso da manchete e também de repressão aos meios de comunicação.

Como já citamos, o objetivo principal era realizar uma análise nas manchetes desses portais jornalísticos, levando em consideração à produção de efeitos e sentidos que elas geram aos leitores. Após a análise e as discussões podemos concluir que o discurso das manchetes influencia e muito no entendimento e até nos tipos de comentários que são feitos pelos leitores, seja por palavras chave, com duplo sentido ou um discurso subtendido. Nesse caso, o acontecimento que analisamos, bem como, pelas questões políticas, existem lados, no qual elencamos como "a favor", "contra" e os "neutros" e que nos resultados encontrados os comentários negativos tiveram maior destaque, aqueles que iam contra ao atual governo e a situação ao que chegou até o processo de impeachment. De acordo com os comentários analisados nas páginas do Facebook: **Caneta Desmanipuladora** e **Caneta Desesquerdizadora**, concluiu-se que os leitores da Caneta Desmanipuladora não participam, na forma de comentários, das postagens da Caneta Desesquerdizadora, pois se totalizou 0% de comentários positivos, que a nosso ver e de acordo com os critérios seriam produzidos pelos leitores da Caneta Desmanipuladora, no qual mostravam contentamento com o Governo. Já na análise dos portais jornalísticos, em todas as notícias, os números de comentários negativos também foram maiores que os positivos. Respondendo a pergunta problema: **Como é a construção da produção de efeitos e sentidos que as manchetes dos portais jornalísticos causam aos leitores?** Depois de todo o desenvolvimento da pesquisa, a análise proposta e os resultados obtidos podemos dizer que essa produção de efeitos e sentidos é dada pelas estratégias utilizadas na construção das manchetes e também, no caso que analisamos referente ao julgamento do processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff, é construído a partir das afinidades de cada leitor, a favor ou contra o discurso que está sendo dito na manchete.

Nosso objetivo principal foi alcançado, entretanto, um dos nossos objetivos específicos que era baseado nas postagens da página do Facebook, **Caneta Desmanipuladora**, precisaram ser mudados ao decorrer da pesquisa, pois durante a coleta dos dados a página não participou da cobertura dos fatos de uma maneira atualizada, como era o esperado, comprometendo o objetivo proposto. Contudo, isto não afetou substancialmente a pesquisa, já que diante desta situação trabalhamos com os demais dados coletados, explorando os comentários nas notícias escolhidas e fazendo a relação com os efeitos e sentidos no discurso das manchetes, sem prejuízo aos resultados obtidos.

O jornalismo é uma profissão que requer muitas responsabilidades na prática. Com a não obrigatoriedade do diploma de jornalista qualquer pessoa pode exercer a profissão e se dizer “jornalista”, mas estudar os princípios de comunicação é importante para que se consiga entender a relevância da profissão, as técnicas, a responsabilidade com a ética jornalística e também porque sempre estaremos trabalhando com pessoas, desta forma, o discurso jornalístico, por estar presente em todos os lugares e de todas as formas, seja pelo rádio, televisão, impresso ou pelo jornalismo digital se torna referência para as pessoas que acompanham as notícias todos os dias. Durante os quatro anos da graduação pude perceber a complexidade da profissão e a importância do discurso jornalístico dentro da sociedade, aprendi as práticas e metodologias utilizadas na construção do jornalismo como profissão. Dentre as várias formas do jornalismo (jornal impresso, rádiojornalismo, telejornalismo e webjornalismo), as disciplinas relacionadas ao Webjornalismo foi as que criei mais afinidade e foi a partir daí que surgiu a ideia inicial do projeto desta pesquisa. O questionamento era em relação às manchetes publicadas na web, no qual algumas continham um discurso subtendido, mal pensado ou que transmitiam ao leitor uma ideia diferente do que o texto da notícia trazia. Os títulos são considerados a parte mais importante dentro de um texto, e no jornalismo não é diferente, é pelas manchetes que o leitor tem o primeiro contato com o que a notícia está querendo mostrar, assim como é por ela que ele decide se a notícia é de seu interesse, obviamente, que uma manchete mal feita não chamará a atenção necessária do leitor. Visto isso, dentro do curso de jornalismo também aprendemos sobre a ética da profissão, que é onde conhecemos o que pode e o que não pode ser feito ao transmitir informações, tratar as fontes e ao praticar o discurso jornalístico, por isso manchetes que contem um discurso que enganam o leitor vai contra a ética da profissão e essa era a preocupação que deu o impulso inicial para que desenvolvêssemos a pesquisa e pudéssemos chegar até aqui, pensando em como são construídos e produzidos os efeitos e sentidos das manchetes aos leitores.

Todo o processo de construção desta pesquisa teve grande importância na minha formação acadêmica, pois pude colocar na prática os conceitos de discurso jornalístico, portais, redes sociais digitais e manchetes, assim como, todos os conhecimentos adquiridos durante a graduação, onde foi possível entender como é as questões que envolvem o discurso jornalístico na web, como também, compreender a influência das redes sociais digitais no jornalismo, no qual a participação por parte dos leitores é muito maior se comparada ao que vemos nos portais, bem como, esse *feedback* é muito importante na construção do jornalismo, onde as vozes e opiniões de milhares de pessoas podem ser ouvidas. Isso é possível porque

as redes sociais digitais tem grande influência para o jornalismo, no qual proporcionou que os leitores pudessem ter acesso as notícias de uma maneira rápida e fácil.

Desta forma, deixamos em aberto o tema desta pesquisa para trabalhos que possam surgir referentes ao mesmo assunto ou que tragam propostas para complementar o que apresentamos aqui e que talvez possam estar abordando o objetivo proposto, que como já explicamos, não foi possível ser alcançado, mas que é de extrema relevância para que seja possível entender, comparando os comentários produzidos na página Caneta Desmanipuladora com os comentários feitos nos próprios portais jornalísticos como são os efeitos produzidos aos leitores tanto na manchete original, quanto nas correções feitas pela Caneta. Que esta pesquisa possa servir de embasamento para outros trabalhos científicos que possam estar colaborando e produzindo conhecimentos nesta área.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa** / Alessandra Andé. – Rio de Janeiro : Editora FGV, 2004. 216p.
- ALVES-MAZZOTTI, Alda Judith. **Usos e abusos dos estudos de caso**. Cadernos de pesquisa, v. 36, n. 129, p. 637-651, 2006.
- ARAÚJO, G. **Discussão política no Facebook abala relações de internautas com amigos**. Portal de Notícias G1, São Paulo, 15 de out. 2014.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **A comunicação humana**. In: FIORIN, J. L. (org.) Introdução à linguística: objetos teóricos. São Paulo: Contexto, 2003, v.1, p. 25-54.
- BARROS, Samuel; CARREIRO, Rodrigo. **A discussão pública e as redes sociais online: o comentário de notícias no Facebook**. Fronteiras-estudos midiáticos, v. 17, n. 2, p. 174-185, 2015.
- BARBOSA, Suzana. **Jornalismo online: dos sites noticiosos aos portais locais**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2001.
- _____. **Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBAHIA**. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas. FACOM/UFBA, Salvador, 2002. Tese de Doutorado. Dissertação.
- _____. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais**. Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis. Covilhã, PT: Livros LabCOM, p. 33-54, 2013.
- BARRETO, Emanuel. **A construção do poder. Estudos em jornalismo e Mídia**. v. 3, n. 1, p. 11-22, 2008.
- BENETTI, Marcia. **O jornalismo como gênero discursivo**. Revista Galáxia, São Paulo, n. 15, p. 13-28, jun. 2008.
- BERTOLINI, Jeferson. **A isca da notícia: como o jornalismo online impacta na apresentação e na leitura do título jornalístico**. Revista Científica Ciência em Curso – R. cient. ci. em curso, Palhoça, SC, v. 4, n. 2, p. 157- 168, jul./dez. 2015.
- _____. **O novo título jornalístico: formatos reconfigurados pelo ambiente digital**. Rizoma, v. 2, n. 2, p. 40-55, 2015.
- BONIN, Jiani. **Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação**. In: MALDONADO, Alberto Efendy [et al]. Metodologia de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

BUENO, Thaisa Cristina. **Para que servem os comentários de leitores na internet?:** estudo sobre a utilidade da ferramenta nos sites de notícias a partir da estrutura do dispositivo e do modo de apropriação do internauta e do veículo. 2015.

CANAVILHAS, João. **Do gatekeeping ao gatewatcher:** o papel das redes sociais no ecossistema mediático. In: Trabalho apresentado no II Congresso Internacional de Comunicación. 2010.

CARVALHEIRO, José Ricardo. **O triângulo bloqueado: media, política e cidadãos na democracia local.** E POLÍTICA, p. 181, 2005.

CHARADEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** Contexto, 2006.

CORREIA, João Carlos. **O Jornalismo e o Sistema Político: audiências e manipulação.** E POLÍTICA, p. 45, 2005.

COUTO, Elsa Nunes dos Santos. **A comunicação nas redes sociais:** análise do ensino superior público português. 2011. Tese de Doutorado. Universidade da Beira Interior.

CRESWELL, J. W. **Research design:** qualitative and quantitative approaches. Thousand Oaks: Sage, 1994).

DALMONTE, Edson Fernando. **Pensar o discurso no webjornalismo: temporalidade, paratexto e comunidades de experiência** / Edson Fernando Dalmonde. - Salvador : EDUFBA, 2009. 256 p.: il.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital.** – 4. Ed. – São Paulo: Contexto, 2010. – (Coleção comunicação).

GRADIM, Anabela. **Manual de jornalismo.** Covilhã/Portugal: Universidade da Beira Interior, 2000. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gradim-anabela-manual-jornalismo-1.pdf>

GREGOLIN, Maria. **Análise do discurso e mídia:** a (re) produção de identidades. Comunicação Mídia e Consumo, v. 4, n. 11, p. 11-25, 2008.

GODOY, Arilda Schmidt. **Pesquisa qualitativa:** tipos fundamentais. Revista de Administração de empresas, v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995.

GOLDENBERG, Mirían. **A arte de pesquisar:** como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais / Mirian Goldenberg. - 8' ed. - Rio de Janeiro: Record, 2004.

GONTIJO, Silvana. **O livro de ouro da comunicação** / Silvana Gontijo. – Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

KOVACH, Bill & ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo:** O que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos / Maria de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. – 7. ed. – 6. reimpr. – São Paulo : Atlas, 2011.

LONGHI, Raquel Ritter; DE SOUSA, Maíra de Cássia Evangelista. **A dinâmica da notícia na internet**: organizações jornalísticas e atores da rede//News dynamic in the internet: news organizations and actor-network. Contemporanea-Revista de Comunicação e Cultura, v. 10, n. 3, p. 511-529, 2012.

MARTINS, A.L. e DE LUCA, T.R. (Orgs.) **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

MARTINS, Franklin. **Jornalismo político**. Editora Contexto, 2005.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. MACHADO, Elias, PALACIOS, Marcos. Modelos de jornalismo digital. Salvador: Calandra, 2003.

NICOLETTI, Janara. **A normatização do uso de redes sociais por jornalistas** (dissertação) / Janara Nicoletti ; orientador, Rogério Christofolletti – Florianópolis, SC, 2012. 177 p.

MARQUES, Ester. **Estruturas do Discurso jornalístico**. Nordeste, 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2008/resumos/R12-0528-1.pdf>

ORLANDI, Eni Puccineli. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos / Eni P. Orlandi – 9ª edição, Campinas, SP Pontes Editores, 2010.

PALACIOS. Marcos. **O que há de (realmente) novo no jornalismo online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, 21.09.1999.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Revista Contracampo, n. 14, p. 37-53, 2006.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela. **“RT, por favor”**: considerações sobre a difusão de informações no Twitter. Fronteiras-estudos midiáticos, v. 12, n. 2, p. 69-81, 2010.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet** / Raquel Recuero. – Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura) 191 p.

_____. **Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo**: elementos para discussão. Metamorfoses jornalísticas, v. 2, p. 37-55, 2012.

_____. **Curtir, compartilhar, comentar**: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. Verso e Reverso, v. 28, n. 68, p. 117-127, 2014.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Jornalismo, literatura e política**: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950. Revista Estudos Históricos, v. 1, n. 31, p. 147-160, 2003.

RINGOOT, Roselyne. **Por que e como analisar o discurso no contexto dos estudos sobre jornalismo.** Comunicação e Espaço Público, v. 1, p. 133-139, 2006.

ROMANCINI, Richard. **História do Jornalismo no Brasil** / Richard Romancini, Cláudia Lago – Florianópolis: Insular, 2007. 280 p. : il.

SCHWINGEL, C. **Jornalismo Digital de Quarta Geração:** a emergência de sistemas automatizados para o processo de produção industrial no Jornalismo Digital. In: Compós, 2005, Niterói. CD ROM Compós, 2005.

SILVA JÚNIOR, José Afonso da. **Jornalismo 1.2:** características e usos da hipermídia no jornalismo, com estudo de caso do Grupo Estado de São Paulo. 2000. Tese de Doutorado. Dissertação de mestrado. FACOM–UFBA.

SOUSA, Maíra de Cássia Evangelista de. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet/** Maíra de Cássia Evangelista de Sousa; orientadora, Raquel Ritter Longui – Florianópolis, SC, 2013. 285 p. 31-63.

STAKE, Robert E. **The art of case research.** Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. **Das redes sociais à inovação.** Ciência da informação, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, 2005.