

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
INSTITUTO DE CIÊNCIA POLÍTICA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA

**QUEM AGENDA A MÍDIA:**  
**Um estudo de *agenda-setting* a partir da tematização do aborto**  
**nas eleições de 2010**

DENISE MARIA MANTOVANI

**Brasília - DF**  
**2014**

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
INSTITUTO DE CIÊNCIA POLÍTICA  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA POLÍTICA

**QUEM AGENDA A MÍDIA:**  
**Um estudo de *agenda-setting* a partir da tematização do aborto  
nas eleições de 2010**

DENISE MARIA MANTOVANI

Tese apresentada como requisito parcial para a  
obtenção do Título de Doutora em Ciência  
Política pelo Programa de Pós-Graduação em  
Ciência Política da Universidade de Brasília

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Flávia Milena Biroli Tokarski, IPOL/UnB

Banca Examinadora:

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Danusa Marques, IPOL/UnB

Prof. Dr. Luis Felipe Miguel, IPOL/ UnB

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Alessandra Aldé, UERJ

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Maria das Dores Campos Machado, UFRJ

Prof<sup>ª</sup>. Dra. Marilde Loiola de Menezes, IPOL/UnB (suplente)

**Brasília - DF**  
**2014**

## **Agradecimentos**

Durante o processo de pesquisa, análise e produção desta tese, tive a oportunidade de conviver com muitas pessoas que de alguma forma contribuíram para o amadurecimento desse trabalho. Será difícil nominar a todos, mas registro aqui meus agradecimentos iniciais à Universidade de Brasília, especialmente ao Instituto de Ciência Política (IPOL) e seus professores, que me puseram em contato com um ambiente acadêmico de muita riqueza e qualidade teórica. Agradeço aos professores do IPOL Antonio Brussi, Paulo Nascimento, Marisa von Bülow, Paulo Calmon, Rebecca Abers e Marilde Loiola pelo conhecimento que transmitiram enquanto convivemos em sala de aula. Esse agradecimento também se estende ao professor Mauro Porto, então docente da Faculdade de Comunicação da UnB, com quem tive a oportunidade de cursar uma disciplina e tomei os primeiros contatos com teorias aplicadas no estudo desta tese.

Quero também fazer um agradecimento especial aos professores Lucia Avelar e André Singer. Mais que professores, são amigos que, desde o primeiro momento em que decidi aprofundar meus estudos, apesar das dificuldades e limitações existentes, sempre apostaram nessa possibilidade e foram grandes incentivadores de minha jornada. A eles meu carinho. Gostaria de agradecer de forma muito particular aos professores Flávia Biroli e Luis Felipe Miguel. São eles que acompanham desde o início minha jornada na pós-graduação. E com eles tive a oportunidade de um aprendizado de grande profundidade teórica que transformou de muitas maneiras minha compreensão sobre os fenômenos sobre os quais desenvolvi meus estudos. Mas quero dedicar meu agradecimento mais profundo à professora Flávia Biroli, com quem convivo como orientanda desde o mestrado. Obrigada, Flávia, por sua dedicação, atenção, paciência e, sobretudo, sua sensibilidade e capacidade de transmitir o conhecimento. Meu respeito e admiração por sua capacidade como pesquisadora teórica e professora orientadora. Obrigada por sua incansável disposição em indicar os caminhos para meu desenvolvimento, sem imposições. Obrigada pelo incentivo a participar de congressos e debates que me permitiram exercitar hipóteses. E por seus apontamentos e sugestões, que sempre resultaram em melhorias evidentes no trabalho.

Obrigada às professoras Maria das Dores Machado (UFRJ), Alessandra Aldé (UERJ), Danusa Marques (IPOL/UnB) e Luis Felipe Miguel (IPOL/UnB) pela leitura da tese e pelo debate construtivo sobre seu conteúdo. Servirão para aprimorar o resultado deste trabalho.

Agradeço a convivência fraterna, solidária e honesta de colegas de curso que, ao longo do período, se tornaram minhas amigas: Karina Duailibi, Fernanda Mota, Juliana Maia, Luanda Schramm e Daniela Peixoto Ramos. Não esquecerei os momentos em que nossas trocas honestas serviram como reforço para continuar a trajetória.

Gostaria de agradecer aos muitos amigos que conviveram comigo ao longo desse período e foram compreensivos em relação às minhas ausências e minhas referências quase obsessivas à tese, mesmo em momentos lúdicos. Em especial, registro meu carinho muito amoroso às amigas Carla Oliveira e Tatiana Sottilli pela relação de irmandade, pelas discussões que muitas vezes me ajudaram a encontrar caminhos. Também quero agradecer especialmente a Jeferson Miola por sua presença no meu cotidiano, seu carinho e atenção e pelas longas horas de discussões sobre mídia, política e feminismo. Muitos desses diálogos deram contribuições importantes para reflexões presentes nesta tese.

Por fim, quero agradecer aos meus irmãos e sobrinhos amados, pelo carinho e amor sempre presentes em nosso convívio, que me deram força e incentivo em momentos de insegurança. E pela compreensão sobre a minha distância em vários momentos das nossas vidas, sem nunca cobrar por essa ausência. Além de agradecer, quero dedicar este trabalho e todo esse esforço a duas mulheres que são as referências mais importantes na minha vida: minha mãe e minha avó. Duas grandes guerreiras. Cada uma no seu tempo, cada uma com sua história, me ensinaram o valor de enfrentar as dificuldades e de conquistar o direito a construir a nossa própria história. Amo vocês!

Obrigada.

## Resumo

### **Quem agenda a mídia: um estudo de *agenda-setting* a partir da tematização do aborto nas eleições de 2010**

A questão central dessa tese tem origem no questionamento sobre como e por que o aborto tornou-se central na disputa entre os candidatos à Presidência no segundo turno das eleições de 2010. O estudo pretende demonstrar como se deu a competição entre os atores do campo político, religioso e jornalístico que determinaram a definição da temática sobre o aborto como a agenda central da cobertura eleitoral no segundo turno de 2010. A partir da análise dos textos noticiosos e de opinião publicados nos jornais *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* no período entre 11 de julho e 31 de outubro de 2010, pretende-se observar o mecanismo de *agenda-setting* e a complexidade da produção da agenda numa perspectiva que avance na compreensão de como se dá a construção do noticiário, sobretudo político, entendendo seu resultado como parte de tensões e interações, disputas e arranjos entre diferentes forças que competem entre si e com o campo jornalístico. A metodologia utilizada foi a análise qualitativa e quantitativa dos dados a partir da seleção de todos os textos em que a palavra “aborto” foi citada no período analisado, de forma a acompanhar o crescimento do assunto nos três jornais supracitados, identificando: a) os elementos que confirmam o agendamento do aborto como temática central; b) os contornos discursivos definidos pelo campo jornalístico; c) os limites das controvérsias e das vozes presentes na arena jornalística na abordagem sobre o aborto. Nossa hipótese considera que a temática do aborto tornou-se o centro da disputa eleitoral no final do primeiro turno, quando as pesquisas eleitorais indicaram uma queda nas intenções de voto da candidata Dilma Rousseff (PT), motivada pela mudança de posição do eleitorado religioso. É nesse momento que o campo jornalístico “descobre” que a temática do aborto vinha sendo usada em meios alheios à arena da mídia convencional com o objetivo de condenar e desestimular o voto na candidata do PT, por suas posições e as de seu partido sobre o aborto. Tal discurso vinha sendo propagado por setores das igrejas Católica e Evangélica – alguns deles diretamente vinculados à candidatura de José Serra (PSDB), em meios próprios de comunicação, utilizando ferramentas da internet (e-mails, mídias sociais como Facebook e Youtube, blogs etc.), canais próprios de televisão de suas igrejas, ou na comunicação direta a partir das missas, cultos, distribuição de panfletos, cartas aos fiéis etc.. Tal movimento ocorreu em paralelo à cobertura jornalística das eleições no primeiro turno e tornou-se “público” quando os jornais observados começam a explicar em reportagens, artigos ou colunas os possíveis motivos para a queda da candidata considerada favorita. É, também, na virada do primeiro para o segundo turno que o campo da mídia passa a “disputar” uma posição explícita, defendendo que o debate eleitoral tratasse das denúncias sobre corrupção e possíveis irregularidades cometidas no governo Lula, que também atingiriam a candidata governista, Dilma Rousseff, e não se concentrasse em discussões de cunho religioso e conservador sobre o aborto. Apesar dessa posição, os jornais ajustaram e reorientaram sua estratégia de cobertura eleitoral, tendo papel central na definição do aborto como assunto principal da cobertura jornalística e no debate eleitoral a partir de outubro. A análise quantitativa comprova o agendamento do aborto no segundo turno, já que mais de 80% dos 504 textos presentes nesta pesquisa foram publicados somente em outubro. Já a análise qualitativa dos enquadramentos e vozes predominantes no noticiário demonstra que os jornais não somente tiveram um papel relevante na definição do jogo político-eleitoral e da inclusão do aborto na agenda pública mas também contribuíram na

legitimação de posições assimétricas sobre os papéis de gênero na política, reforçando hierarquias que colaboraram para o tratamento conservador e condenatório sobre a descriminalização do aborto. Nesse sentido, os jornais sustentaram como um discurso universal a visão masculina e patriarcal sobre o papel do Estado e das leis nessa questão. Além disso, os discursos e perspectivas que predominaram na cobertura jornalística reforçaram constrangimentos formais (religiosos ou legais) que inibiram o avanço do debate sobre o direito de a mulher decidir sobre seu corpo como indivíduo livre e de deliberar de forma autônoma sobre sua vida.

**Palavras-chave:** mídia; política; *agenda-setting*; enquadramentos da notícia; aborto; eleições; eleições 2010; mídia e gênero.

## Abstract

### **Who sets the media agenda: a study of agenda-setting from the thematization of abortion in Brazil's 2010 presidential elections**

This study aims to show how a competition between political, religious and journalistic actors took place in Brazil's 2010 presidential dispute, as this controversy defined abortion as a central theme in the coverage for the second round of the elections. Based on the analysis of news reports and columns published in three newspapers – *O Globo*, *Folha de S.Paulo* and *O Estado de S. Paulo* – from July 11 to October 31 of 2010, this dissertation observes agenda-setting mechanisms and the complexity of its production process, so as to develop a better understanding on the construction of news, especially political news, seeing the resulting process as part of the tensions and interactions, disputes and arrangements between different forces which compete with each other and with journalism itself. The methodology applied was qualitative and quantitative analysis of data from a selection of all texts in which the word “abortion” was mentioned during the period analyzed, be it merely as a reference or as the central theme in the text, in order to indentify the increasing incidence of the subject in the three aforementioned publications, recognizing: a) elements which confirm the choice of abortion as a central theme; b) the discursive contours as defined by the press; c) the limits to controversial subjects and to actors in the journalistic arena regarding the approach to abortion. The crucial issue to this dissertation stems from the debate on “how and why has abortion become central to the presidential dispute in the second round of Brazil's 2010 elections.” Our hypothesis considers that the theme “abortion” was made the center of the dispute at the end of the first round, when polls showed a drop of candidate Dilma Rousseff (PT) caused by a change in religious voters' intentions. This is the moment when the press “discovers” that the subject of abortion was being used in places unfamiliar to the conventional media arena, with the object of reprobating – and discouraging believers' votes for – the candidate of the Workers' Party (PT), Dilma Rousseff, due to her and her party's stance towards abortion. Such discourse was being propagated by sectors of the Catholic and Evangelical Church – some of which directly tied to the candidacy of José Serra (PSDB) – through their own means of communication: on the internet (emails, social media such as Facebook, Youtube, blogs, etc.), on their television channels, or through direct communication – cults, masses, leafleting, letters to followers and so on. Such movement took place in parallel to the media coverage of the first round of the elections, and became “public” when the newspapers began to “explain” in their reports, articles or columns the possible reasons for the decline of the candidate considered favorite. It is also at the turn of the first round that the media begins to play an explicit role, arguing that the debate should not focus on discussions of religious and conservative nature on abortion, and should instead contemplate the accusations of corruption and possible wrongdoings in Lula's administration – which would also do harm to Dilma Rousseff's candidacy. Notwithstanding this stance, the traditional media adjusted and redirected its election coverage strategy, assuming a central role in the definition of abortion as the main subject both of media coverage and of the electoral debate from October on. Quantitative analysis proves the agenda-setting of abortion in the second round, as over 80% of the 504 texts present in this research were published in October only. For its part, the qualitative analysis of framing and of dominant actors in the these publications demonstrates not only that the newspapers had an important role in defining the political-electoral game and the inclusion of abortion on the public

agenda, but also that they contributed to the legitimization of asymmetric stances as to gender roles in politics. Furthermore, they reinforced hierarchic notions which contributed to a conservative and judgmental treatment on the decriminalization of abortion. As such, these newspapers held a masculine, patriarchal view on the role of the state and of laws regarding this subject as a universal discourse. Thus, the prevailing discourses and perspectives in media coverage strengthened formal constraints – religious or legal – which inhibited further debate on the right of women to make choices about their own bodies, as free individuals – capable of deciding, independently, on their own lives.

**Keywords:** media; politics; *agenda-setting*; framing; abortion; elections; 2010 elections; media and gender.



## Sumário

<b>Índice de gráficos e tabelas .....</b>	<b>12</b>
<b>Introdução .....</b>	<b>13</b>
<b>Capítulo 1. Mídia, política e o debate sobre a definição da agenda .....</b>	<b>26</b>
1.1 Os meios de comunicação e a sociedade: um breve histórico .....	26
1.2 Mídia, política e trocas simbólicas: o poder de transmitir valores .....	29
1.3 A mídia, a política e o debate sobre a definição da agenda .....	37
1.4 Quem define a agenda: a relação fonte-jornalista e os processos de construção da agenda .....	43
1.5 Mídia, política e agenda nas eleições brasileiras .....	50
1.6. O campo jornalístico e as novas ferramentas digitais na disputa pela agenda .....	58
<b>Capítulo 2. O debate sobre o aborto no Brasil: atores e controvérsias políticas .....</b>	<b>65</b>
2.1. A presença das igrejas na sociedade brasileira .....	65
2.1.1 A presença das igrejas no debate público.....	66
2.1.2 A influência das posições das igrejas no debate sobre o aborto.....	70
2.2 A trajetória de luta feminista pelo reconhecimento da temática das mulheres.....	76
2.2.1 O debate feminista no Brasil e a temática do aborto.....	77
2.2.2 A temática do aborto e as contribuições do debate feminista para enfrentar as desigualdades de gênero.....	79
2.2.3 O O debate sobre o aborto e a privacidade como um direito à identidade e à autonomia .....	86
<b>Capítulo 3. O aborto na agenda eleitoral de 2010 .....</b>	<b>90</b>
3.1 O contexto do noticiário .....	90
3.1.1 O contexto da cobertura eleitoral de 2010 .....	91
3.1.2 Os acontecimentos na ótica das manchetes de capa.....	92
3.1.3 Metodologia .....	93
3.2 Os escândalos políticos organizam a agenda jornalística na cobertura eleitoral .....	94
3.3 A entrada do aborto na agenda jornalística.....	104
3.3.1 A saliência e frequência como marcas do agendamento.....	104
3.3.2 O motivo da queda nas intenções de voto .....	106
3.3.3 A “invasão” do aborto na cobertura jornalística do segundo turno.....	109

3.3.4	Menções diárias ao aborto.....	112
3.3.5	A concentração da temática do aborto nas reportagens: a construção da notícia na disputa eleitoral.....	117
3.3.6.	A concentração da cobertura do segundo turno.....	121
3.3.7.	A disputa da agenda jornalística nos espaços de opinião.....	124
3.3.8.	A disputa da agenda pelos editoriais.....	128
<b>Capítulo 4. A construção do discurso sobre o aborto no debate eleitoral.....</b>		<b>138</b>
4.1	Enquadramentos sobre o aborto: o impacto na definição da disputa.....	138
4.2	A definição do aborto como discurso estratégico na disputa eleitoral de 2010.....	142
4.3	Metodologia para a análise dos enquadramentos e vozes dominantes.....	145
4.3.1	Vozes e autoria.....	146
4.3.2	Concentração relativa de vozes.....	146
4.4	Análise dos dados.....	147
4.4.1	Enquadramentos predominantes e seus principais registros nos jornais.....	147
4.4.1.1	Aborto como estratégia eleitoral.....	149
4.4.1.2	Candidatos mudam de opinião de forma oportunista.....	152
4.4.1.3	A crítica do campo jornalístico ao marketing na política.....	154
4.4.2	Enquadramentos religiosos: o predomínio de valores conservadores na narrativa sobre o aborto.....	157
4.4.3	A presença do papa nas eleições de 2010.....	160
4.5	O desequilíbrio da cobertura eleitoral.....	162
4.6	O direito da mulher ao seu corpo: um debate ausente da mídia nas eleições de 2010.....	166
4.7	As críticas ao campo político por promover um discurso conservador sobre o aborto.....	169
4.8	As vozes e os enquadramentos predominantes e os mecanismos que dão sentido à notícia.....	171
4.8.1	Vozes presentes no texto.....	172
4.8.1.1	As vozes da sociedade civil sub-representadas no noticiário.....	175
4.8.2	Vozes predominantes no texto.....	177
4.8.2.1	Como a vocalização de determinados atores deu sentido à cobertura.....	179
4.8.2.2	Vozes políticas e o tratamento do aborto como parte das estratégias eleitorais... ..	181
4.8.2.3	As vozes religiosas nos enquadramentos.....	182
<b>Capítulo 5. A representação dos candidatos construída pelo noticiário.....</b>		<b>188</b>
5.1	O papel da mídia na manutenção da ordem e das vozes dominantes.....	192
5.1.1	A pluralidade restrita de autores.....	194

5.2 Quando “terminou” o agendamento do aborto na cobertura eleitoral: elementos do uso estratégico do tema .....	202
<b>Conclusão .....</b>	<b>207</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>222</b>
<b>Referências bibliográficas.....</b>	<b>222</b>
<b>Corpus de pesquisa.....</b>	<b>228</b>

## Índice de gráficos e tabelas

### Gráficos

Gráfico 1. Menções acumuladas em textos no primeiro e no segundo turnos eleitorais em 2010.....	109
Gráfico 2. Menções ao aborto nas capas dos jornais, 11 de julho a 31 de outubro de 2010.....	110
Gráfico 3. Menções diárias ao aborto, de 11 de julho a 31 de outubro de 2010.....	113
Gráfico 4. Menções acumuladas por mês, de julho a outubro de 2010 .....	116

### Tabelas

Tabela 1. Menções ao aborto nas capas dos jornais por jornal .....	111
Tabela 2. Menções ao aborto na capa X editoria/seção do jornal .....	112
Tabela 3. Menções diárias ao aborto por jornal, entre 10 de julho e 31 de outubro.....	113
Tabela 4. Presença do tema aborto por tipo de texto X editoria.....	118
Tabela 5. Presença do tema aborto por jornal X tipo de texto.....	119
Tabela 6. Menções diárias do tema aborto X editoria/seção do jornal.....	122
Tabela 7. Textos de opinião X editoria.....	125
Tabela 8. Menções ao aborto em textos de opinião por jornal.....	125
Tabela 9. Enquadramentos predominantes X jornal.....	148
Tabela 10. Vozes presentes no texto .....	174
Tabela 11. Vozes predominantes no texto.....	178
Tabela 12. Vozes predominantes X enquadramento predominante nos textos noticiosos.....	180
Tabela 13. Menções aos candidatos X enquadramentos predominantes.....	189
Tabela 14. Textos de opinião X jornal .....	194
Tabela 15. Textos de opinião X enquadramentos predominantes .....	200

## Introdução

É tema recorrente nas análises sobre as sociedades modernas a importância e o impacto que o campo da mídia adquiriu como um agente relevante na organização, seleção e propagação dos acontecimentos do dia a dia. Isso ocorre porque é no espaço dos meios de comunicação de massa que, tradicionalmente, os cidadãos buscam os relatos sobre as ocorrências do cotidiano, desde os assuntos mais próximos até os mais distantes de seu universo social. O crescimento e a expansão dos veículos de comunicação como instituições midiáticas com grande centralidade na definição dos acontecimentos socialmente relevantes transformou o campo jornalístico numa esfera de poder pela capacidade relativa de influenciar preferências, sugerir interpretações sobre os acontecimentos e chamar a atenção do público para determinados temas nos planos político, social e cultural. Seu poder está no fato de essa orientação ocorrer na esfera simbólica, ou seja, no plano das ideias, na compreensão e na definição daqueles que serão os valores comuns para toda a sociedade.

Nesse sentido, não é possível considerar o campo da mídia como um agente “desinteressado”, funcionando como uma simples “arena” ou o espaço onde forças sociais distintas travam uma luta simbólica e os atores do campo jornalístico atuam com “neutralidade” diante das disputas e da diversidade de controvérsias e interesses em jogo. Também não é possível considerar o campo da mídia como uma esfera “impermeável” aos conflitos ou mesmo distante dos jogos e interesses que orientam as lutas políticas e a construção de sentidos e imagens públicas. É esse complexo universo de interação entre grupos sociais diversos que disputam a atenção do público e sua relação com o campo jornalístico e político que orienta o interesse investigativo deste trabalho.

O estudo pretende demonstrar como ocorrem as competições entre atores sociais – inclusive com a própria mídia – com acesso às hierarquias internas do campo jornalístico na definição pela agenda pública. Em sociedades democráticas como a brasileira, decidir sobre quais questões têm relevância pública, ou qual a forma narrativa que determinados aspectos e atores serão retratados, constitui-se num poderoso mecanismo da mídia. Diferentemente de uma antiga visão segundo a qual o campo jornalístico constituiria um “contrapoder”, esse campo é, na verdade, “uma das fontes e sustentáculo das relações de poder existentes” (MOLOTCH; LESTER *apud* TRAQUINA, 2000, p. 26). Os efeitos de sua produção simbólica são cognitivos, ou seja,

sua atividade *mediada* tem consequência sobre a forma como a sociedade reconhece seu mundo social. Tais imagens construídas podem reforçar aspectos da representação pública caracterizados por enquadramentos que ressaltam atores e acontecimentos, muitas vezes reforçando posicionamentos socialmente dominantes. A construção da agenda jornalística nas eleições de 2010 permite observar essa complexa rede de relações de força entre agentes que atuam na produção da agenda noticiosa, dentro e fora do campo jornalístico, e a disputa pelo controle e direção dessa agenda. Permite, também, compreender o papel da mídia como “sujeito coletivo”, com a função “orgânica” de dar coerência e homogeneidade a posicionamentos, demonstrando que as relações de comunicação são relações de poder assimétricas que asseguram a dominação de um grupo, ou classe, sobre outros (SODRÉ, 1996, p. 73).

O problema central que orienta esta tese tem origem no questionamento sobre os elementos que contribuíram para o ingresso do aborto na agenda jornalística das eleições de 2010 e quais atores definiram os limites das controvérsias e os contornos da cobertura daquelas eleições. O ponto de partida foi a pergunta: “Quem agenda a mídia?”. A problematização surgiu a partir da percepção de que houve uma disputa em torno da construção da agenda da cobertura das eleições de 2010 que culminou com a centralidade da temática do aborto no segundo turno eleitoral. Mas como ocorreu essa disputa? Quais atores tiveram acesso à arena midiática e quais mecanismos foram utilizados para a construção do aborto como tema relevante no debate político-eleitoral?

A definição do escopo e do período de análise desta pesquisa procurou atender os seguintes objetivos: 1) identificar como e por que a temática do aborto ocupou espaço relevante no noticiário político-eleitoral; 2) entender o contexto, as hierarquias e os processos de interação entre o campo jornalístico e os diferentes grupos sociais; 3) observar as vozes que se fizeram presentes no noticiário e quais enquadramentos noticiosos foram orientados por essas vozes; 4) observar as vozes ausentes de forma a compreender as assimetrias e os limites das controvérsias organizadas pela mídia; e 5) compreender a dinâmica competitiva na definição da agenda político-eleitoral e os limites do pluralismo no campo jornalístico.

Para contextualizar o ambiente eleitoral é importante lembrar que o ano de 2010 se iniciou com uma polêmica importante envolvendo a temática dos direitos humanos, incluindo nesse debate as temáticas do aborto e do casamento entre pessoas do mesmo sexo. A partir do lançamento da terceira edição do Plano Nacional de Direitos Humanos (PNDH3), ocorrido em 21

de dezembro de 2009, houve uma forte reação de pelo menos quatro setores da sociedade civil e de seus representantes no parlamento e no Governo Federal: os ruralistas, porque o documento lançado pela Secretaria Nacional dos Direitos Humanos orientava a realização de audiências públicas antes de reintegrações de posse de terras ocupadas; os militares, pela defesa da instalação da Comissão da Verdade para revisar os atos dos agentes públicos do Estado durante a ditadura; a mídia, pela proposta de criação de uma comissão para acompanhar a abordagem dos direitos humanos nas emissoras e a renovação dos canais de rádio e TV; e as igrejas, pela defesa do direito ao reconhecimento da união civil entre casais do mesmo sexo e a descriminalização do aborto, entre outros temas (CANTANHÊDE, 2010, p. A6).

No caso das igrejas, é plausível que a polêmica PNDH3 tenha originado uma mobilização no interior do campo religioso, semeando o ambiente para construir a narrativa antiabortista da disputa eleitoral daquele ano. Embora os meses iniciais de 2010 não façam parte do escopo da pesquisa, é importante considerar esse aspecto como parte do ambiente pré-eleitoral. Setores do campo religioso contrários à descriminalização do aborto e seus representantes no campo político organizaram uma ação de combate ao governo petista e à candidata Dilma Rousseff (PT), utilizando ferramentas de comunicação digital (e-mails e mensagens e vídeos publicados em redes como Youtube, Twitter e Facebook), além de canais próprios de comunicação tradicional (panfletos, cartas, sermões em cultos e missas, documentos oficiais das igrejas, programação de emissoras de TV e de rádio religiosas) para chamar a atenção de seus fiéis contra a temática de direitos humanos, sobretudo contra a descriminalização do aborto e a união civil entre pessoas de mesmo sexo, condenando o governo petista e conclamando os fiéis a não votar na candidata do governo.

Essa “onda” ocorreu de forma paralela à dinâmica então predominante no campo jornalístico, sendo propagada de forma “silenciosa”, ou de maneira “não legitimada” pela mídia, que não deu atenção ao tema e tampouco repercussão na cobertura eleitoral do primeiro turno, embora existam registros noticiosos sobre a temática do aborto nos meses de julho a setembro de 2010. Apesar da ausência de destaque para o assunto na mídia durante o primeiro turno, o fato de o assunto ter sido usado como instrumento da luta político-eleitoral por agentes dos campos religioso e político demonstra que houve uma competição pela agenda pública que produziu efeito num segmento da sociedade civil. O meio utilizado para essa disseminação foram a internet e os canais próprios de comunicação desses grupos com seus públicos. Esse aspecto torna-se

relevante porque aponta para a crescente importância desses ambientes e suas ferramentas de comunicação na disputa com o próprio campo jornalístico pela definição da agenda pública. Porém, a temática do aborto só teve amplitude e repercussão de massa, tornando-se efetivamente uma agenda pública, quando o campo jornalístico passou a disseminar o assunto a partir do segundo turno das eleições.

O escopo da pesquisa reúne 504 textos noticiosos ou de opinião que foram publicados nos três principais jornais de circulação nacional e carros-chefe de grandes empresas de comunicação do Brasil: *A Folha de S. Paulo* (Grupo Folha), *O Estado de S. Paulo* (Grupo Estado) e *O Globo* (Organizações Globo). Esses textos foram divididos em dois grupos. O primeiro grupo é formado por textos informativos produzidos pela redação e pelo contato de seus jornalistas com fontes diversas, que foram reproduzidas em reportagens e em notas de colunas fixas de política. Esse grupo corresponde a um conjunto de 361 textos. No segundo grupo estão textos de opinião que se encontram nos editoriais, colunas, artigos e entrevistas e compõem um universo de 143 textos. A separação entre esses dois segmentos permitiu identificar as vozes presentes nos textos informativos e as ausentes, revelando posicionamentos que dominaram a narrativa jornalística à luz da análise dos enquadramentos da notícia. Dessa forma, tornaram-se visíveis os atores, as perspectivas e os argumentos que organizaram a cobertura sobre o aborto a partir dos mecanismos de agendamento e da ênfase em determinados atributos. A análise do corpus da pesquisa compreende o período de 11 de julho, data do jogo final da Copa do Mundo, até o dia 31 de outubro, dia da votação em segundo turno das eleições para presidente. Embora o período eleitoral tenha se iniciado oficialmente em 5 de julho, optou-se neste estudo por considerar o final da Copa como o marco inicial para a pesquisa, porque é a partir dessa fase que tradicionalmente as atenções do noticiário se concentram nas eleições.

Durante o primeiro turno, o noticiário jornalístico estava voltado para a exploração de escândalos políticos associados ao governo Lula. Denúncias sobre desvios ou uso irregular de verbas públicas, falta de cumprimento das metas econômicas e aplicação de recursos em saúde, educação e infraestrutura abaixo das metas previstas, além de acusações de “maquiagens” na execução do orçamento das obras, faziam parte do ambiente desse noticiário eleitoral. Porém, o escândalo da quebra do sigilo fiscal de integrantes do PSDB foi a agenda que organizou os principais veículos da mídia tradicional em torno de uma cobertura única, intensa e homogênea, construindo um ambiente de “crise política”.



Cabe aqui uma ressalva que auxilia na compreensão sobre a dinâmica midiática. Nas democracias liberais do Ocidente, uma característica do jornalismo político é a ênfase na cobertura de escândalos políticos – sobretudo em momentos de disputa político-eleitoral. Isso ocorre pela existência de um campo de forças competitivas organizadas e mobilizadas através de partidos e grupos de interesse que criam uma atmosfera de tensão e conflito em que a confrontação moral e ética costuma ser a norma nos ataques aos opositores (THOMPSON, 2002b, p. 127). O objetivo desse embate é tirar proveito dos possíveis pontos fracos do adversário. No escândalo político, o que está em jogo é a desconstrução do capital político dos indivíduos que disputam poder. Esse foi o ambiente da cobertura política durante o primeiro turno de 2010.

No final de setembro, porém, houve uma mudança na agenda jornalística. Do escândalo político, houve uma migração para a exploração das posições dos candidatos à Presidência sobre a descriminalização do aborto. Como esse tema se transformou na agenda central da cobertura jornalística no segundo turno? A hipótese central que orienta esta pesquisa considera que as pesquisas eleitorais no final do primeiro turno revelaram que a exploração, por setores dos campos religioso e político, das posições da candidata Dilma Rousseff (PT) sobre o aborto era uma das causas da perda de votos da petista entre os eleitores religiosos, sendo um dos principais motivos para a queda nas intenções de voto da candidata governista e uma das causas para a realização do segundo turno.

Os resultados da análise da pesquisa empírica demonstram que a revelação da queda nas intenções de voto da candidata Dilma foi o “fato relevante” que chamou a atenção do campo da mídia tradicional para uma “onda silenciosa” que corria pela internet e por mídias alternativas propagada por setores do campo religioso e político, sem o destaque e a publicização midiática que os meios de comunicação comerciais poderiam produzir. Apesar do posicionamento contrário dos veículos de comunicação, a percepção de que esse tema havia “provocado” o segundo turno e “ameaçava” a candidatura governista fez com que setores da mídia tradicional mudassem de posição – não sem reagir, na tentativa de evitar esse tema como agenda eleitoral – e transformassem o aborto na agenda jornalística central para a cobertura das eleições presidenciais no segundo turno. Num primeiro momento, houve uma competição entre os agentes de campos simbólicos distintos – inclusive a mídia – pela construção dos sentidos da campanha eleitoral e pela definição da agenda central (escândalos X temática do aborto). Porém, a realização do

segundo turno e os possíveis resultados eleitorais advindos dessa agenda (o risco de derrota para Dilma Rousseff) provocaram uma confluência de interesses. O noticiário, então, ajustou-se à agenda político-religiosa e, diante desse novo cenário, atuou no sentido de enfatizar o aborto como eixo central da cobertura jornalística das eleições no segundo turno, definindo os enquadramentos e vozes dominantes da cobertura eleitoral.

O objeto de estudo desta tese, portanto, é o campo jornalístico e a interação de seus agentes com atores de campos simbólicos distintos. A ideia é observar a mídia e seu papel como esfera organizadora do contexto social em que os acontecimentos são apresentados para o público, explicitando a complexa rede de interações, interesses e controvérsias que estão presentes na definição dos acontecimentos e como a mídia pode reforçar perspectivas e hierarquias sociais na produção noticiosa. Outro aspecto que define o interesse investigativo deste trabalho é o entendimento de que grande parte dos acontecimentos da política está vinculada ao tratamento e à repercussão que recebe no noticiário. O campo da mídia, visto como um sistema de relações e de interação com outros campos é também um sistema de distribuição, de reconhecimento e de construção do capital simbólico, porque interfere na construção da imagem, confere prestígio e visibilidade, ao mesmo tempo que define os contornos do discurso e do ambiente social e político.

Muitas vezes, o ambiente político acaba sendo definido pelas notícias políticas, uma vez que a mídia possui a capacidade de estabelecer *o contexto* em que os assuntos serão compreendidos pelo público, dando visibilidade a determinados aspectos em detrimento de outros. Por isso, nos estudos de comunicação política, torna-se relevante observar os mecanismos e os atores que interferem na produção da agenda da mídia, uma vez que os assuntos tratados no noticiário tendem a determinar a dimensão e a ênfase que determinados temas terão em atividades tipicamente políticas, como as campanhas eleitorais.

Tratar desse fenômeno sob a perspectiva da teoria da *agenda-setting* permite não apenas refletir sobre os efeitos da mídia na construção de uma realidade mas também compreender a dinâmica entre agentes de campos distintos na disputa pela construção dessa realidade. A teoria do agendamento, base teórica deste estudo, não sustenta uma tese de persuasão da mídia sobre um tema. O aspecto central é que “a compreensão das pessoas em relação a grande parte da realidade social é modificada pelos meios de comunicação de massa” (SHAW *apud* WOLF,

2005, p. 143), no sentido de que a mídia pode dizer aos leitores sobre quais temas pensar alguma coisa (COHEN *apud* WOLF, 2005, p. 144).

No entanto, outros elementos devem ser considerados no processo de formação da agenda da mídia, entre os quais os espaços e as instituições que produzem discursos e concorrem com aquelas informações que os meios de comunicação fazem circular (BIROLI; MIGUEL, 2011, p. 8). Essas instituições e seus atores, nas igrejas ou no parlamento e seus diferentes meios de comunicação, fazem parte do conjunto de agentes que procuram exercer influência e disputar a construção de uma agenda pública. Essa complexa dinâmica entre a agenda pública, a agenda da política e a agenda da mídia demonstra o papel estratégico do campo jornalístico na formação das preferências do público e na forma como esses acontecimentos serão interpretados enquanto “existência pública” (TRAQUINA, 2003, p. 22).

Por essa razão, nos processos de definição da agenda, é preciso compreender o papel dos atores do campo jornalístico e sua interação com os agentes de outras esferas. Nesse contexto, o presente trabalho pretende avançar na discussão sobre os agentes que têm acesso às rotinas produtivas da mídia. As fontes são determinantes para a qualidade da informação produzida. “A característica mais saliente das fontes é que elas fornecem informações enquanto membros ou representantes de grupos (organizados ou não) de interesse ou de outros setores da sociedade” (GANS *apud* WOLF, 2005, p. 234). Mas quem tem acesso à mídia para se constituir como fonte? Atores que fazem parte de sistemas dominantes de poder político ou econômico tendem a ser fontes rotineiras da cobertura jornalística, ou seja, “aqueles que possuem o poder econômico ou político podem facilmente obter acesso aos jornalistas e são acessíveis a eles. Quanto àqueles que não têm poder, é mais difícil que se tornem fontes e sejam procurados pelos jornalistas” (GANS *apud* WOLF, 2005, p. 235). As notícias, portanto, são construções elaboradas a partir da interpretação dos acontecimentos, feita pelos agentes “legítimos” do campo da mídia (os jornalistas). São histórias contadas pela narrativa jornalística, conforme demonstrou Gaye Tuchman (*apud* TRAQUINA, 2003, p. 30). No entanto, a capacidade de agendamento da mídia não se resume apenas à definição do assunto na agenda pública. É importante observar os atributos ou as qualidades com que os candidatos e políticos serão retratados pelo noticiário (TRAQUINA, 2003, p. 40). Os atributos com os quais a mídia apresenta um agente do campo político funcionam como argumentos marcantes para organizar e estruturar a imagem desse agente perante o público.

Assim, a função do agendamento tem, provavelmente, maior poder persuasivo na construção da imagem dos candidatos (*image agenda-setting*) do que no agendamento das questões que mereceriam atenção por parte do eleitorado (*issue agenda-setting*) (TRAQUINA, 2003, p. 40). É o que pretendemos demonstrar neste estudo. Tanto a seleção das ocorrências que vão constituir a agenda noticiosa quanto os enquadramentos que serão utilizados para interpretar essas ocorrências são poderes relevantes da esfera da mídia, porque podem orientar a direção da opinião pública. Entendemos que as relações entre o campo jornalístico e o político não estão, necessariamente, associadas a padrões predeterminados de posicionamentos partidários ou de grupos em disputa numa eleição. No entanto, a construção do relato noticioso pode direcionar para determinados interesses em disputa numa eleição com o objetivo de definir sentidos e posições na disputa eleitoral. Embora sejam dois campos distintos, com lógicas, dinâmicas e rotinas próprias, a compreensão dessa interação entre mídia e política é um elemento central à análise do funcionamento das disputas eleitorais.

As análises dos dados empíricos demonstram que a politização da temática do aborto sob o predomínio dos enquadramentos vinculados às estratégias político-eleitorais com viés moral e religioso resultou em constrangimentos formais aos candidatos no que se refere aos compromissos necessários para avançar na definição de políticas públicas que enfrentem a prática clandestina do abortamento e suas consequências à saúde da mulher no Brasil. A tímida presença dos movimentos feministas e de posições em defesa do direito ao aborto e sua descriminalização, em contraponto à grande presença dos atores do campo religioso e político agindo como sujeitos definidores dos discursos e de posições hegemônicas contrárias ao aborto, é exemplo de uma narrativa construída pelo campo jornalístico legitimadora de constrangimentos estruturais de gênero. Os enquadramentos que o tema recebeu desde a internet até as páginas do noticiário impresso produziram um discurso posicionado e interessado, orientando uma opinião negativa sobre o aborto e aqueles que eventualmente defendessem sua descriminalização.

Os capítulos que organizam este trabalho procuram detalhar a análise que se desdobrou das hipóteses iniciais da pesquisa e foram divididos em duas partes. A primeira discute aspectos teóricos sobre mídia e política, além de uma reflexão sobre as controvérsias do aborto no Brasil na perspectiva de pesquisas sobre religião e teorias feministas. A segunda parte analisa os resultados da pesquisa empírica.

O capítulo 1 apresenta uma análise pormenorizada sobre as relações entre mídia e política e as discussões teóricas sobre a definição da agenda. A partir de um breve histórico sobre os meios de comunicação e as sociedades modernas, pretendemos analisar o poder do campo jornalístico na transmissão de valores e na definição da agenda e quais os marcos teóricos que estruturam a reflexão desse estudo sobre a relação fonte-jornalista e os processos de formação da agenda. Nas sociedades contemporâneas, o ambiente social, o cotidiano dos indivíduos é configurado, em grande medida, por interações mediadas pelos meios de comunicação, o que dá centralidade e importância à mídia no mundo contemporâneo. Os meios de comunicação transformaram-se e revitalizaram as redes de trocas simbólicas, ampliando o alcance, diversificando as formas de contato e transformando a indústria da informação e do entretenimento num sistema estruturado, socialmente reconhecido, com valores, regras próprias e constitutivas de um poder simbólico relevante.

Na medida em que se compreende a mídia enquanto esfera definidora de valores sociais com circuitos próprios de legitimação e poder que estão em constante disputa, o capítulo amplia para uma reflexão sobre o impacto dos meios de comunicação na prática política. Vivemos em sociedades de “fluxo contínuo e multidirecional de informação política” (GOMES, 2004, p. 112), o que permite ao público obter informações sobre a esfera política a qualquer momento e sobre qualquer aspecto, a partir do que é veiculado pelos meios de comunicação, não apenas em momento eleitoral. Além de transformar procedimentos tradicionais de interação entre o agente político e o eleitor, essa mudança de comportamento exigiu dos agentes do campo político uma adaptação em seus mecanismos de atuação pública, reconhecendo a necessidade de preocupar-se com a visibilidade de seus atos de forma cotidiana, uma vez que grande parte da atividade política, atualmente, se dá a partir de uma relação direta com aspectos simbólicos definidos pela comunicação de massa.

O capítulo 1 também aborda os processos de construção da agenda noticiosa. Esta é uma questão teórica relevante para esta tese, pois permitirá compreender os mecanismos que interferem na produção noticiosa. Isso significa refletir sobre a construção de significados da realidade social e de sua influência no sistema cognitivo dos indivíduos, quando estruturam seu conhecimento e percepção do mundo a partir do consumo, de forma cumulativa, das informações oriundas do campo da mídia (WOLF, 2005, p. 138). Essa reflexão é importante para analisar os mecanismos e procedimentos que contribuíram para a definição do aborto como agenda central

na disputa presidencial do segundo turno, em 2010. Mesmo que não dispute diretamente os espaços de poder do campo político, a mídia atua e interage com os elementos simbólicos de que dispõe (o conteúdo da cobertura jornalística, por exemplo), de forma que seus agentes também são ativos no processo de luta pelo poder político. A teoria do agenda-setting, um dos referenciais teóricos deste estudo, não sustenta uma tese de persuasão da mídia sobre um tema. O aspecto central é que “a compreensão das pessoas em relação a grande parte da realidade social é modificada pelos meios de comunicação de massa” (SHAW *apud* WOLF, 2005, p. 143).

Por essa razão, é importante observar os mecanismos pelos quais a notícia é produzida, considerando, nessa perspectiva, os emissores, os processos de produção e o tipo de organização do trabalho no qual se organizam as mensagens. A agenda jornalística é constituída de perspectivas sociais privilegiadas pelo campo jornalístico (BIROLI; MIGUEL, 2011, p. 59). Nesse contexto, pretendemos aprofundar o debate sobre quais os atores e as perspectivas que ganham destaque na mídia em detrimento de outros posicionamentos sociais, relegados a um segundo plano na cobertura noticiosa. O estudo do agendamento nos permite observar os códigos e os limites da interface do campo jornalístico, quais vozes e posições do campo político, por exemplo, ocupam espaço de destaque, quais os interesses que se organizam e o contexto em que esses relatos são construídos. O capítulo se encerra com uma breve revisão bibliográfica dos estudos sobre mídia, política e a agenda jornalística nas eleições brasileiras.

O capítulo 2 apresenta uma abordagem sobre os atores e as controvérsias políticas envolvendo o debate sobre o aborto no Brasil, a influência das igrejas junto ao eleitorado brasileiro como um fator importante na definição dos limites das posições dos candidatos à Presidência. Há uma breve análise sobre a presença da religiosidade na formação da sociedade brasileira, a presença crescente das igrejas evangélicas, sobretudo as pentecostais e neopentecostais, e seu crescimento na esfera política e na sociedade, ao mesmo tempo que o catolicismo perde espaço na preferência religiosa da sociedade brasileira. Em seguida, o capítulo apresenta uma trajetória do movimento feminista e das lutas pelo reconhecimento dos direitos das mulheres no Brasil, observando com maior especificidade o debate feminista envolvendo a temática do aborto. A discussão teórica sobre gênero e a dicotomia liberal entre o público e privado, os papéis de gênero e as desigualdades nos papéis sociais ainda presentes entre homens e mulheres integram a discussão desse capítulo como forma de identificar importantes restrições para a discussão sobre o aborto e auxiliam a compreensão dos elementos que elevaram à primeira

ordem a discussão do aborto no debate eleitoral de 2010. A interferência de valores patriarcais e da moral religiosa na definição sobre as leis que regulam os direitos reprodutivos da mulher demonstra que os acontecimentos da vida pessoal não são imunes à dinâmica de poder e tampouco o público e o privado podem ser interpretados como isolados um do outro (OKIN, 2008, p. 124). Uma das lutas do movimento feminista é a defesa para que o direito reprodutivo das mulheres seja reconhecido como um direito cidadão. A abordagem feminista para o direito ao aborto implica a premissa de que é um direito das mulheres decidir sobre seu corpo. Esse é um fator relevante porque remete à discussão sobre os papéis sociais construídos para homens e mulheres nas sociedades contemporâneas e as justificativas construídas para a separação entre o público e o privado.

Ao estabelecer a perspectiva de gênero para observar as relações entre homens e mulheres nas sociedades modernas, uma série de mecanismos de opressão e dominação tornam-se visíveis ainda nos dias atuais. Por esse ângulo, é possível identificar constrangimentos que, em muitos casos, produzem a exclusão das mulheres da arena pública, além da reprodução das relações de desigualdade e de dominação na esfera privada. Além dessas questões, o capítulo discute o valor da autonomia individual e os limites a seu exercício no caso das mulheres, uma vez que se evidencia a subordinação desse debate a valores morais oriundos do direito patriarcal e da retórica religiosa. Na segunda parte do trabalho, inicia-se a análise empírica dos resultados da pesquisa à luz das reflexões teóricas já explicitadas.

O capítulo 3 apresenta o contexto inicial do noticiário no primeiro turno a partir dos acontecimentos destacados nas manchetes de capa dos três jornais observados. Aqui, é possível perceber a importância que o campo jornalístico dedicou para os escândalos políticos e como esse tema organizou o noticiário até o final do primeiro turno. No entanto, um fato novo ocorreu no final de setembro e provocou uma mudança na cobertura eleitoral. As pesquisas de intenção de voto evidenciaram a possibilidade de realização do segundo turno. Naquele momento, os jornais apontaram a polêmica sobre o aborto como o principal motivo para essa mudança, uma vez que a queda nas intenções de voto da candidata petista se expressava no eleitorado religioso. A análise comparativa das capas dos jornais e as menções diárias ao aborto no primeiro e no segundo turnos vai permitir constatar essa mudança. Nesse capítulo também será discutido o posicionamento dos jornais a partir das opiniões emitidas nos editoriais e a enfática contrariedade das empresas de comunicação ao uso da temática do aborto como o centro da disputa eleitoral. A

concentração das referências ao aborto nos textos noticiosos no segundo turno é reveladora do ajuste dos jornais à nova agenda.

Nos capítulos 4 e 5, a análise se concentra nos enquadramentos e nos atores e vozes dominantes presentes nos textos noticiosos e de opinião. No capítulo 4 o objetivo é demonstrar como os enquadramentos sobre o aborto definiram o sentido da cobertura noticiosa e da disputa eleitoral. A vinculação do tema à ideia do uso estratégico dos candidatos para conquistar os votos do eleitorado religioso e o predomínio de vozes no noticiário vinculadas aos agentes do campo político e religioso produziram um efeito conservador e moralista no noticiário, como será possível constatar pelas análises quantitativas e qualitativas dos dados. A presença do papa Bento XVI no noticiário político é outro aspecto que permite compreender como os agentes do campo religioso atuaram no sentido de disputar a atenção da mídia e orientar a agenda para enquadramentos vinculados aos seus interesses eleitorais, que nesse momento tiveram a agenda contra o aborto como estratégia central. Ao mesmo tempo, a ausência, nos textos informativos, de enquadramentos favoráveis à autonomia das mulheres sobre seu corpo e a sub-representação no noticiário de vozes da sociedade civil demonstram o desequilíbrio no tratamento de perspectivas diferenciadas sobre a temática do aborto no noticiário político.

O capítulo 5 discute a representação dos candidatos e os estereótipos associados a eles a partir dos enquadramentos predominantes. Tais enquadramentos colaboraram para codificar discursos distintos em torno dos candidatos José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT). Além desse aspecto, os resultados permitem analisar o papel da mídia na difusão de posições e hierarquias que definiram sentidos e orientaram a interpretação sobre os papéis de gênero para cada um dos candidatos. Nesse capítulo também serão analisados os enquadramentos que predominaram nos textos de opinião e os limites das controvérsias sobre o aborto na arena jornalística a partir da restrita presença de vozes da sociedade civil nos espaços noticiosos e opinativos. Nos textos noticiosos, a predominância das vozes dos campos político e religioso definiu padrões de discursos hegemônicos que foram reproduzidos como portadores de valores “universais”. Os contradiscursos, por sua vez, foram silenciados ou tiveram uma presença periférica. Já nos textos de opinião, evidenciou-se uma baixa diversidade de representação e de perspectiva social. A discussão ficou majoritariamente restrita ao grupo tradicional de articulistas e colunistas dos jornais. O encerramento da polêmica sobre o aborto na cobertura jornalística também é um episódio repleto de significado, uma vez que esse acontecimento permitiu



identificar os interesses estratégicos que organizaram o discurso antiabortista por setores do campo político vinculados à candidatura de José Serra (PSDB) e o momento em que esse assunto perdeu potência e interesse noticioso, no mesmo período em que se tornou pública a informação de que a esposa do candidato tucano, Monica Serra, já havia realizado um aborto.

O objetivo desta tese, portanto, não é somente compreender o contexto eleitoral de 2010 mas oferecer uma contribuição para os estudos sobre os meios de comunicação e a política no Brasil, a partir das reflexões envolvendo a complexa dinâmica do *agenda-setting*. Mesmo com limites, outra expectativa deste estudo é oferecer uma reflexão sobre os desafios ainda existentes à conquista de uma efetiva pluralidade nos discursos midiáticos de forma que seja possível avançar no enfrentamento de formas de opressão e desigualdades que ainda permanecem ativas nas sociedades democráticas contemporâneas.

## **Capítulo 1. Mídia, política e o debate sobre a definição da agenda**

### **1.1 Os meios de comunicação e a sociedade: um breve histórico**

Ao refletir sobre as origens da intrínseca presença da mídia nas sociedades modernas, é inevitável considerar que essa presença vem de muito tempo e acompanhou transformações estruturais e culturais ocorridas na passagem das sociedades medievais para a era moderna. A necessidade de informação é parte elementar da vida social (ALBERT; TERROU, 1990, p. 3). O desejo de conhecimento, a curiosidade sobre os acontecimentos, histórias e culturas desconhecidas sempre mobilizaram as sociedades em busca de novas formas de comunicação.

John Thompson (2002b) indica que houve um conjunto de “transformações institucionais” que provocaram mudanças nas práticas e atitudes das sociedades. O autor destaca quatro aspectos elementares para essas transformações: a emergência das sociedades modernas, com a transformação do sistema feudalista em modelo capitalista; a formação dos estados-nação como marco da passagem da Europa medieval para sociedades modernas; as guerras que produziram alterações políticas; e, por último, a concentração do poder militar e do “uso legítimo da força” nas mãos dos Estados nacionais (THOMPSON, 2002b, p. 47-48). Para além dos aspectos econômicos e políticos das mudanças que marcam a passagem do período medieval para o moderno, Thompson argumenta que o desenvolvimento das sociedades modernas se caracteriza, também, por uma mudança cultural. Seu enfoque central nessa abordagem trata das transformações “dos meios de produção e circulação das formas simbólicas no mundo social” como reveladores de uma “transformação cultural sistemática [...] em virtude de uma série de inovações técnicas associadas à invenção da impressão e [...] à codificação elétrica da informação” (THOMPSON, 2002b, p. 49). Essas mudanças e inovações técnicas transformaram a produção, a reprodução e a distribuição das formas simbólicas, que começaram a ocorrer em escala sem precedentes. Os modos de comunicação e interação social, assim como as relações de poder, se transformaram de maneira profunda (THOMPSON, 2002b, p. 49).

Já no século XV, com o advento da impressão em escala a partir da invenção da tipografia em 1438, o mundo conhece uma nova linguagem escrita que permitiu a reprodução e a difusão de manuscritos. Essa mudança organizou a notícia como uma “mercadoria” necessária para os reinados, a Igreja e os negociantes do século XVI (ALBERT; TERROU, 1990, p. 5).

Podemos considerar que as folhas volantes impressas, como as gazetas, os pasquins e os libelos deram origem a três importantes funções reconhecidas como a origem do jornalismo: a informação sobre os fatos da atualidade, os relatos de pequenos eventos do dia a dia e a expressão de opiniões que se tornam periódicas a partir da criação dos almanaques em 1486 na França medieval (ALBERT; TERROU, 1990, p. 6).

Associado aos ventos liberais que produziam grandes transformações políticas na virada do século XVII, o processo de modernização da imprensa esteve acompanhado pela severidade do controle político dos Estados monárquicos que se formavam. Ao mesmo tempo, a indústria da mídia crescia, gozando dos benefícios e privilégios provocados pela proximidade com o poder e pelo engajamento nas lutas políticas revolucionárias da virada dos séculos XVII e XVIII, sobretudo na França revolucionária, na Inglaterra, na Europa central e meridional e em províncias como os Estados Unidos, a partir de 1690, com a criação do *The Public Occurrences* (ALBERT; TERROU, 1990, p. 14).

Nesse contexto, a atividade jornalística vai se constituindo primeiro com os viajantes contadores de histórias que relatavam os acontecimentos nas feiras, mercados e cortes aristocráticas; depois com os editores de livros, mensageiros, administradores de correios, negociantes e diplomatas ou qualquer indivíduo que tivesse acesso fácil às informações que interessavam ao público da época. Esses indivíduos poderiam ser considerados precursores do que seria, séculos mais tarde, considerada a atividade jornalística (KUNCZIK, 2001, p. 22). Com a evolução tecnológica, o trabalho noticioso foi ganhando maior importância e impacto social.

A luta pela independência da imprensa dos poderes constituídos coincidiu com o pensamento democrático liberal nascente, que defendia “a liberdade dos homens contra o poder do Estado” (THOMPSON, 2002a, p. 324). Nesse grupo, estão pensadores liberais como Jeremy Bentham, James Mill e John Stuart Mill. Em seus escritos, defenderam a liberdade de imprensa como forma de expressão de uma diversidade de posições que permitiria formar uma opinião pública esclarecida e fiscalizadora do poder do Estado (THOMPSON, 2002a, p. 324).

Contudo, Thompson chama a atenção para os limites do conceito liberal tradicional da imprensa livre, ao considerar as transformações ocorridas na imprensa a partir do século XIX. A ideia da “liberdade de expressão”, presente num contexto de empresas privadas livres do poder de força do Estado, esbarra numa nova realidade presente nas sociedades democráticas ocidentais. Os limites à expressão plural de ideias estão não no poder repressivo do Estado, mas no

crescimento desenfreado das indústrias de comunicação e dos interesses comerciais das empresas de comunicação (THOMPSON, 2002a, p. 326).

O surgimento da indústria editorial criou centros e redes que se baseavam na produção mercantil e, por isso, gozavam de relativa independência da Igreja e do Estado. Há uma importante contribuição da imprensa para a disseminação do protestantismo na difusão de obras clássicas e eruditas que espalharam novas ideias nas elites urbanas em formação e auxiliaram o fortalecimento das línguas nacionais (THOMPSON, 2002b, p. 58-61). Por outro lado, o desenvolvimento da imprensa e das publicações, ainda no século XVII<sup>1</sup>, estava interligado ao exercício do poder político: “As autoridades dos novos estados-nações fizeram uso ativo dos jornais para comunicar proclamações oficiais, mas elas, também, procuraram restringir ou suprimir a publicação de material supostamente herético ou perigoso” (THOMPSON, 2002a, p. 233).

No final do século XIX e no início do século XX, o jornal tornou-se um produto de consumo corrente. A generalização da instrução, a democratização da vida política, a urbanização crescente, o desenvolvimento industrial, a formação das empresas privadas de comunicação, a ampliação do campo de informação, a massificação da venda de jornais, a evolução do mercado de informação e o advento das grandes cadeias de jornais europeus e americanos permitiram a popularização da imprensa de grande tiragem (ALBERT; TERROU, 1990, p. 53-54). A difusão de informação tornou-se tão intrínseca às sociedades contemporâneas que se fez impossível pensar na produção e na circulação das formas simbólicas modernas separadas das atividades da indústria da mídia (THOMPSON, 2002a, p. 219). O crescimento e a expansão das instituições midiáticas constituem um fenômeno das sociedades contemporâneas que cresceu acompanhando o desenvolvimento do capitalismo industrial (THOMPSON, 2002a, p. 220).

Ao longo do século XX, ocorreu uma profunda transformação das empresas de comunicação, acompanhando o processo de modernização do sistema capitalista. Os grandes grupos de comunicação tornaram-se organizações econômicas de grande escala, dirigidas para a produção e difusão em massa de bens simbólicos. Eram estruturas monopolistas, dominadas por um número restrito de proprietários, vinculadas a regras altamente competitivas de acumulação do capital, que, pela dinâmica da competição e dos custos, restringiam ou eliminavam

---

<sup>1</sup> De acordo com estudo de John Thompson (2002a), foi somente no século XVII que as revistas de notícias regulares e relativamente frequentes começaram a aparecer. O autor considera evidências que demonstram que o jornal semanal pode ter surgido em 1607 em Amsterdam. Em 1620, Amsterdam tornou-se o local de um centro de notícias em rápida expansão no qual se veiculavam notícias sobre atividades militares, políticas e comerciais (THOMPSON, 2002a, p. 232).

organizações de comunicação independentes que poderiam competir livremente umas com as outras e, em tese, garantir a expressão de um diversificado contingente de opiniões (THOMPSON, 2002a, p. 328).

Até aqui, pretendemos demonstrar que o processo evolutivo dos meios de comunicação esteve ligado ao processo de transformação social, política, econômica e tecnológica das sociedades modernas. É importante enfatizar, porém, o efeito simbólico da comunicação, entendendo a atividade simbólica como uma característica fundamental da vida nas sociedades contemporâneas. Os recursos utilizados para que o indivíduo possa construir seu universo de informações, os elementos que o orientam e o condicionam socialmente a determinados comportamentos e visões de mundo são formas de exercer poder, por meio de “instituições culturais” que transmitam informações. Essas instituições são definidas por Thompson como a igreja, a escola, ou a indústria da mídia (THOMPSON, 2002b, p. 25).

Compreender o desenvolvimento técnico dos processos comunicacionais é importante, mas é igualmente relevante entender essas transformações no contexto das trocas simbólicas. Novos intercâmbios e novas formas de relacionamento são produzidos, sendo os meios de comunicação parte mediadora e atuante dos acontecimentos relatados. A capacidade da mídia de produzir e transmitir informação, sugerir caminhos, induzir a uma crença ou a uma crítica, além de influenciar ações ou opiniões confere um poder relevante a esse campo na nova ordem social.

## **1.2 Mídia, política e trocas simbólicas: o poder de transmitir valores**

Em seu estudo sobre a mídia e a modernidade, John Thompson (2002b) argumenta que o poder simbólico, necessário para manter a ordem e o controle sobre os indivíduos, foi sofrendo transformações ao longo dos séculos. A Igreja Católica Romana era a instituição central do poder simbólico na Europa medieval (THOMPSON, 2002b, p. 53). Com a fragmentação da autoridade religiosa, provocada pelo protestantismo no século XVI e o desenvolvimento das ciências (astronomia, botânica e medicina), tanto o conhecimento como o sistema educacional tornaram-se mais autônomos em relação à Igreja. Nessa efervescência, o surgimento da indústria da mídia estabelece as bases para um novo poder simbólico (THOMPSON, 2002b, p. 54).

Essa nova esfera social estabeleceu relações ambivalentes com as instituições políticas dos estados emergentes e com as instituições religiosas que reivindicavam autoridade sobre o

exercício do poder simbólico e cultural. A indústria gráfica representou o surgimento de novos centros e redes de propagação de um conteúdo simbólico que, geralmente, escapava ao controle da Igreja e do Estado, mas que ambos procuravam usar em benefício próprio e, de tempos em tempos, suprimir (THOMPSON, 2002b, p. 54).

Ao longo do século XX, novas formas de comunicação foram aprimorando o processo de transmissão da informação. Além da imprensa escrita, meios eletrônicos como o rádio, o cinema, a televisão e, na virada para o século XXI, a internet, ampliaram de maneira considerável as formas de contato e estabeleceram novos parâmetros de convivência que diminuíram as distâncias e transcenderam os limites de espaço e tempo tradicionais.

Os meios de comunicação transformaram-se e revitalizaram as redes de trocas simbólicas, ampliando o alcance, diversificando as formas de contato e transformando a indústria da informação e do entretenimento num sistema estruturado, socialmente reconhecido, com valores e regras próprios e constitutivos de um poder simbólico relevante. A forte característica virtual do mundo moderno aprofunda a importância das instituições midiáticas nos processos de interação e influência social, que já se evidenciavam a partir do século XIX. Essa nova referência está muito mais vinculada ao tratamento e à repercussão que os acontecimentos recebem na cobertura da mídia do que ao tradicional contato direto, “face a face”, que marca os mais variados episódios da vida social. A “realidade” reconhecida, muitas vezes, é aquela retratada pela mídia, relegando a um segundo plano as informações recebidas a partir do contato direto, definido pelos limites da convivência do indivíduo com grupos diversos.

Com o crescimento da presença das instituições midiáticas nas sociedades contemporâneas, cresceu também seu poder e influência social. O que se observa atualmente é que episódios ou acontecimentos, para se tornarem de domínio público, se submetem às formas de produção e reprodução de seu conteúdo pelos meios de comunicação. Há uma nova realidade, na qual a mídia ocupa um papel relevante na construção do que se torna “público”<sup>2</sup> (LIMA, 2006, p. 55). Esta é uma das distinções que caracterizam os meios de comunicação de massa em relação a outras formas de transmissão de bens simbólicos: a “produção institucionalizada e a difusão

---

<sup>2</sup> Seguimos o preceito apresentado por Venício Lima, em seu artigo “Revisitando as sete teses sobre mídia e política no Brasil” (LIMA, 2006, p. 56). No texto, o autor explica que um evento, para ser “público”, não se limita apenas ao lugar comum entre os que vivenciam o fato, mas pode se dar em espaço e tempo distintos, através da visibilidade provocada pela mídia.

generalizada de bens simbólicos através da transmissão e do armazenamento da informação/comunicação” (THOMPSON, 2002a, p. 288).

Thompson destaca ser necessário considerar a comunicação de massa<sup>3</sup> nos termos da produção e da difusão do conteúdo acentuado pelo aspecto da mercantilização dessa transmissão. Ou seja, a comunicação de massa deve ser entendida como parte de um conjunto de instituições interessadas, de diferentes maneiras, na fixação, na reprodução e na comercialização da informação (THOMPSON, 2002a, p. 289).

O autor também registra outras características dos meios de comunicação de massa: o distanciamento no espaço e no tempo, uma vez que o avanço tecnológico permite tratar de assuntos espacialmente distantes em um curto espaço de tempo; e a circulação pública das formas simbólicas produzidas para uma pluralidade de receptores (THOMPSON, 2002a, p. 291). O papel *mediador* da comunicação é outro elemento importante a ser considerado: as formas simbólicas são produzidas e transmitidas para audiências de forma unidirecional, do produtor ao receptor, o que dá um poder importante para os produtores desse bem simbólico.

Para refletir com mais profundidade sobre o significado da produção simbólica, é necessário recuperar aspectos apresentados por Pierre Bourdieu (2007) sobre o poder simbólico na produção de sentido e de construção do mundo social. Para o autor, os sistemas simbólicos exercem um poder de dominação “invisível” (BOURDIEU, 2007, p. 8). Como instrumentos de conhecimento e comunicação no mundo, exercem poder porque são socialmente estruturados: o poder simbólico é um poder de construção da realidade que tende a estabelecer uma ordem, um sentido imediato de mundo (BOURDIEU, 2007, p. 9). Sua importância está no fato de esse sistema atuar como instrumento da “integração social”:

[Os sistemas simbólicos] enquanto instrumentos de conhecimento e de comunicação [...] tornam possível o consensus acerca do sentido do mundo social que contribui fundamentalmente para a reprodução da ordem social; a

---

<sup>3</sup> O conceito de comunicação de massa é utilizado aqui para definir uma forma de comunicação disponível para uma grande pluralidade de destinatários. Da mesma forma, avançamos na definição sobre os destinatários das mensagens da mídia. Nossa perspectiva considera esses indivíduos como participantes de um “processo estruturado” de transmissão simbólica que têm alguma capacidade de intervir no processo comunicativo, sendo esse processo “fundamentalmente assimétrico, ainda que não completamente monológico ou de sentido único”. Compartilhamos neste estudo do conceito de comunicação de massa definido por Thompson como “a produção institucionalizada e difusão generalizada de bens simbólicos através da fixação e transmissão de informação ou conteúdo simbólico” (THOMPSON, 2002b, p. 31).

integração lógica é a condição para a integração moral que organizam uma concepção homogênea (BOURDIEU, 2007, p. 10).

Para Bourdieu, as relações de poder são sempre relações que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes envolvidos nessas relações. Os sistemas simbólicos cumprem a função política de “imposição ou de legitimação da dominação”, o que contribui para a “domesticação” dos dominados numa percepção de mundo social de acordo com os interesses das classes ou frações de classe dominantes (BOURDIEU, 2007, p. 11). A forma como as frações dominantes assentam seu poder é justamente o uso da produção simbólica para conferir legitimidade à sua dominação (BOURDIEU, 2007, p. 12). O poder simbólico, pela capacidade de confirmar ou transformar uma visão de mundo, permite o equivalente ao que é obtido pela força (BOURDIEU, 2007, p. 14). Ou seja, seu efeito de mobilização só é possível de ser exercido se for “reconhecido” e legitimado para essa função, ignorando seu caráter arbitrário de imposição de uma ideia sobre outras.

Essa capacidade de constituir um discurso que atende aos interesses de classes (ou grupos) dominantes “tende a impor a ordem estabelecida como natural por meio da imposição mascarada [...] de sistemas de classificação e de estruturas mentais objetivamente ajustadas às estruturas sociais” (BOURDIEU, 2007, p. 14). O poder simbólico é “uma forma transformada de outras formas de poder”, porque transmuta e dissimula as relações de força em “relações de comunicação” que transformam diferentes espécies de capital em capital simbólico, produzindo efeitos reais de dominação através de relações de sentido, sem o efetivo uso da força, seja física ou econômica (BOURDIEU, 2007, p. 15).

Muniz Sodré, ao discutir o avanço tecnológico no campo da comunicação e o novo modo de organização das sociedades plenamente industrializadas, sugere uma “aliança” do campo da comunicação com a economia de mercado, produzindo uma sociedade culturalmente globalizada e orientada pela doutrina do consumo, “com pretensões de substituir as formas representativas tradicionais” (SODRÉ, 1996, p. 8).

Na sociedade mediatizada, as instituições, as práticas sociais e culturais articulam-se diretamente com os meios de comunicação, de tal maneira que a mídia se torna progressivamente o lugar por excelência da produção do sentido, modificando a ontologia tradicional dos fatos sociais (SODRÉ, 1996, p. 28).



Pensadores e teóricos do campo da cultura e da linguagem discutem o papel da comunicação nas sociedades contemporâneas. No campo da teoria da cultura e dos sistemas de pensamento, Muniz Sodré destaca Foucault, Bernstein e Bourdieu como pensadores que indicam a linguagem como mecanismo simbólico determinante, ao lado da economia e dos processos de produção e reprodução sociais, colocando o campo da comunicação como elemento importante na abordagem teórica dos mecanismos simbólicos que “constituem a face mais visível desse capitalismo transnacional que redimensiona formas de comportamento e de percepção [de mundo]” (SODRÉ, 1996, p. 31). É nesse contexto que a esfera comunicacional adequa-se politicamente a perspectivas dominantes, exercendo seu poder através da construção de uma narrativa da realidade.

É dessa perspectiva que entendemos a ligação entre o pensamento proposto por Sodré (1996) sobre o papel da comunicação como mecanismo simbólico de produção de sentidos e a discussão de Pierre Bourdieu em relação ao poder simbólico. Sodré afirma que a realidade do mercado neoliberal de consumo (em que a notícia torna-se, também, mercadoria, como já referimos anteriormente) “impõe progressivamente um código cultural assimilador de todas as atividades humanas, apoiado por uma rede complexa de tecnologias de produção e consumo de massa, onde desempenham papel de proa os meios de comunicação de massa” (SODRÉ, 1996, p. 49). Essa característica das sociedades modernas, altamente tecnológica, vinculada às grandes redes empresariais de comunicação, revela a distância com o ideal “universalista” da comunicação, afirmativo dos direitos individuais da cidadania. A questão dos meios de comunicação de massa no novo modo de organização da sociedade é a de “assegurar lógicas contemporâneas de controle social sob as aparências de reestruturação dos laços humanos que se perdem ou se esvanecem. [...] A mídia tem exercido [...] o papel de mantenedora das aparências da consciência moral”, através de conteúdos presentes em noticiários, filmes e espetáculos, mesmo que com uma “roupagem moderna” (SODRÉ, 1996, p. 54).

Nesse ponto, é interessante observar a crítica de Pierre Bourdieu à ideia do “consenso racional”. Em sua crítica a posições universalistas que não passam da “universalização de um caso particular”, Bourdieu explicita os limites do conceito de “esfera pública”, apresentado por Jürgen Habermas em sua *Teoria do agir comunicativo* (HABERMAS, 1987, *apud*, BOURDIEU, 2001, p.309). Ao não reconhecer as condições desiguais econômicas e sociais entre os indivíduos, o conceito de representação da vida política de Habermas oculta essa desigualdade,

desconsiderando a importância de avaliar as condições econômicas e sociais dos agentes para que seja possível instaurar uma deliberação pública adequada a um “consenso racional”, em que os interesses particulares em competição receberiam a mesma consideração, a partir de um modelo no qual os participantes dialogariam em igualdade e atribuindo peso equivalente aos outros, assim como ao seu próprio ponto de vista (BOURDIEU, 2001, p. 80). Pierre Bourdieu entende que ao reduzir as relações de força política e de luta simbólica existentes na sociedade a “relações de comunicação” e de “diálogo argumentativo”, Habermas desconsidera que o poder simbólico se realiza quando as condições de acesso à esfera política envolvem fatores de discriminação (sexo, instrução e rendimento) que limitam as oportunidades de acesso à posição tanto no campo político quanto na expressão de uma “opinião pública articulada” (BOURDIEU, 2001, p. 82).

Nessa perspectiva, o campo da mídia constitui-se em “sujeito coletivo”, com a função “orgânica” de dar coerência ou homogeneidade a um grupo social dominante, demonstrando que as relações de comunicação são sempre relações de poder assimétricos que asseguram a dominação de um grupo, ou classe, sobre outros (SODRÉ, 1996, p. 73). No entanto, essas são relações de poder e dominação que possuem seus mecanismos de legitimação. Bourdieu argumenta que o poder simbólico só se exerce com a colaboração dos que lhe estão sujeitos, porque contribuem para construí-lo. Essa “submissão” e essa “cumplicidade” são o efeito dos “esquemas de percepção e de crenças” que tornam o indivíduo sensível a certas manifestações simbólicas, tais como as representações públicas de poder: “A crença política primordial constitui um ponto de vista particular, o dos dominantes, que se apresenta e se impõe como ponto de vista universal” (BOURDIEU, 2001, p. 211).

Numa perspectiva mais ampla da vida social, o poder se define a partir de uma relação assimétrica entre sujeitos. Em sua relação social, o poder atua como estrutura de regulamentação das relações diferenciais, isto é, em que uma noção é afirmada como positiva em oposição a outra, que é negada (SODRÉ, 1996, p. 62). No tema específico da mídia, Sodré resalta o papel histórico que a imprensa foi assumindo em favor das liberdades civis, conquistando um espaço de representa o do compromisso moral com o “*interesse público*” (grifo da autora). Em sua “luta contra os segredos do poder”, a imprensa foi assumindo progressivamente posi es de poder, por sua capacidade de denunciar e publicizar segredos ou irregularidades promovidas pelo poder estatal. No entanto, a imprensa “jamais constituiu em nenhum país um bloco unitário a serviço de causas exclusivamente públicas” (SODRÉ, 1996, p. 68). As linhas editoriais sempre variaram de

acordo com os interesses dos grupos econômicos ou políticos que apoiavam as empresas de comunicação. Por essa razão, existem diversos exemplos de que jornais podiam reforçar posições socialmente retrógradas ou servir a governos vinculados aos seus interesses de grupo.

Na medida em que se compreende a centralidade da mídia nas sociedades democráticas e das relações de poder e dominação e seus circuitos de legitimação, é preciso considerar o papel central que os conceitos de *habitus* e *campo* nos oferecem para auxiliar a compreensão da mídia enquanto esfera definidora de valores sociais em constante disputa. Bourdieu rebelou-se contra as classificações categóricas e herméticas da conceituação escolástica. Em seu livro *O poder simbólico* (2007), o autor reforça a noção de *habitus* para a capacidade criativa e inventiva do ambiente com o agente. O *habitus* “é um conhecimento adquirido” de um agente em ação. É o “lado ativo do conhecimento prático” que, segundo Bourdieu, a tradição materialista havia abandonado (BOURDIEU, 2007, p. 61-62). Para ele, ao tratar da noção de *habitus*, é essencial “considerar o agente em sua verdade de operador prático de construção do objeto” e entender que nossas ações possuem o senso prático mais do que o cálculo racional e que o passado permanece presente e ativo nas disposições (BOURDIEU, 2001, p. 78). Esse conceito auxilia a compreensão do papel ativo dos agentes vinculados aos meios de comunicação social na definição e na construção simbólica da realidade.

Já a noção de *campo*, definido como um espaço social de relações objetivas, com regras, “leis” e hierarquias fundamentais e autônomas, oferece a percepção teórica dessa estrutura como um espaço simbólico que confina seus agentes a um *modus operandi*, funcionando como um “microcosmo social” (BOURDIEU, 2001, p. 120). O *habitus* específico de cada campo simbólico impõe aos novos participantes “um modo de pensamento específico de realidade” (BOURDIEU, 2001, p. 121). Cada campo simbólico “é a institucionalização de um ponto de vista nas coisas e nos hábitos”. Bourdieu argumenta que, para fazer parte de um campo, o postulante deve trazer para o jogo um *habitus* compatível e, acima de tudo, “maleável e suscetível, [...] aberto à possibilidade de uma reestruturação” (BOURDIEU, 2001, p. 121). No interior do campo é que se delimitam as cumplicidades e oposições, o espaço legítimo de discussões, a definição das regras e condutas, excluindo as tentativas “não previstas” que colocam em risco a própria existência do campo. A adesão e o engajamento a essas regras e valores são o que vai permitir ao agente estabelecer relações de concorrência e de conflito em busca de domínio, prestígio e poder no interior do campo, sem que, com isso, esteja em risco a essência constitutiva (*doxa*) do campo.

O “privilégio” fundamentado na dominação do saber técnico e da experiência no exercício de uma atividade específica é uma forma de dominação que se estabelece pela afirmação de práticas e procedimentos em que apenas os “especialistas” podem exercer determinadas funções, porque possuem os atributos e o acesso aos meios que permitem cumprir tarefas que a outros não são permitidas. Esse princípio organiza os mecanismos internos à produção e à propagação das informações no campo da comunicação. Apesar de as transformações tecnológicas da comunicação permitirem um amplo acesso a informações no mundo moderno, a produção desse conteúdo deve ser exercida por aqueles que detêm o conhecimento das regras técnicas e, sobretudo, das estratégias presentes no jogo da luta pelo poder simbólico. O jornalista, no exercício de sua função, possui “poder sobre os instrumentos de grande difusão, o que lhe dá um poder sobre toda a espécie de capital simbólico” (BOURDIEU, 2007, p. 189).

O “lado ativo” do conhecimento prático constrói e unifica uma realidade social, justamente porque utiliza “princípios organizadores socialmente construídos e adquiridos no curso de uma experiência social, situada e datada” (BOURDIEU, 2001, p. 167). A compreensão sobre o que acontece no mundo se realiza, em grande medida, a partir dos elementos simbólicos produzidos pelos especialistas do campo da mídia. Essa dinâmica, inerente ao campo da mídia, de selecionar e dar visibilidade para os acontecimentos criou novas formas de ação e interação, transformando as relações na vida social e política das sociedades modernas.

Vivemos em sociedades de “fluxo contínuo e multidirecional de informação política” (GOMES, 2004, p. 112), o que permite ao público obter informações sobre a esfera política a qualquer momento e sobre qualquer aspecto, a partir do que é veiculado pelos meios de comunicação, não apenas em momento eleitoral. Essa mudança de comportamento do público/eleitor exigiu dos agentes do campo político uma adaptação em seus mecanismos de atuação pública, reconhecendo a necessidade de preocupar-se com a visibilidade de seus atos de forma cotidiana.

Grande parte da atividade política contemporânea se dá a partir de uma relação direta com aspectos simbólicos definidos pela comunicação de massa. Agentes políticos do mundo moderno tendem a incorporar os meios, as linguagens e os processos característicos das instituições de comunicação de massa (GOMES, 2004, p. 23). Tais aspectos modificaram, em forma e conteúdo, o exercício da autoridade, alterando formas de discurso e de representação social. Os acontecimentos da política, atualmente, estão muito mais vinculados ao tratamento e à

repercussão que recebem na cobertura da mídia do que ao tradicional contato direto, embora permaneçam relevantes as ações inerentes ao campo político, como a atuação no parlamento ou o contato com as bases eleitorais de forma direta.

A visibilidade passou a ter valor no exercício do poder, uma vez que há impacto no campo político do conteúdo produzido pelo campo jornalístico. O próprio sistema político se reconfigura de tal modo que a disputa política e a busca pelo voto passam a ser orientadas pelas percepções das “predileções do público” (GOMES, 2004, p. 26), a partir do que apontam pesquisas e sondagens de opinião. A transformação cognitiva envolvendo o acesso multivariado às informações políticas ou à atividade dos agentes políticos produziu novas formas de atuação na esfera política. Para chamar a atenção do eleitor, os mandatários não apenas governam ou legislam mas o fazem como se estivessem o tempo todo em campanha (GOMES, 2004, p. 114). A intensa visibilidade produzida pelos meios de comunicação alterou a forma de existir da esfera política. A maneira como o agente político é tratado pelo noticiário diário passou a ser um aspecto relevante de acompanhamento e gerenciamento de todas as esferas sociais que têm interesse na visibilidade de sua atividade. O conhecimento das rotinas da atividade jornalística e as particularidades da redação do jornal, do rádio, da televisão ou das agências on-line de notícias tornaram-se parte das preocupações dos agentes políticos, de forma a produzir conteúdo que desperta o interesse do campo jornalístico.

Cada vez mais os campos sociais precisam aprender a tornarem-se fontes para o jornalismo, de forma a conquistar um espaço no disputado espectro de visibilidade gerenciado pela arena da mídia. A interface entre a mídia e a política determinou um novo perfil de atividade profissional no campo político, especializada na relação com o campo jornalístico e formada, sobretudo, por profissionais especialistas na área de comunicação: jornalistas, relações-públicas, publicitários, consultores de imprensa, consultores de campanha política e consultores de imagem, entre outros (GOMES, 2004, p. 69).

### **1.3 A mídia, a política e o debate sobre a definição da agenda**

Já afirmamos anteriormente que o desenvolvimento da imprensa no mundo alterou as formas de comunicação e as relações de poder estabelecidas nas sociedades modernas. Pesquisas atuais demonstram que o fluxo de comunicação não é unidirecional, tampouco atende a apenas

um dos universos interessados (GOMES, 2004, p. 43). Wilson Gomes sustenta que a relação entre mídia e política conheceu três modelos distintos de atuação<sup>4</sup>. A primeira ocorreu na formação da esfera pública burguesa do século XVIII, já tratada neste capítulo, em que havia uma imprensa de opinião a serviço da esfera política em ascensão contra o Estado aristocrático. A conquista do Estado pela burguesia transforma a imprensa num espaço constituído por periódicos de partidos governistas e de oposição.

O segundo modelo se expressa quando ocorrem as transformações tecnológicas, com a circulação, reprodução de mensagens e produtos culturais massivos através da imprensa de massa, do rádio, do cinema e da televisão. Nasce a indústria da cultura de massa e a comunicação como negócio e as primeiras investigações sobre os efeitos e as possibilidades dos “meios” de comunicação sobre e para o mundo político, assim como a percepção de que os dispositivos técnicos da comunicação funcionam como um extraordinário instrumento para organizar o gosto, a disposição e a opinião do público, inclusive para questões de natureza política (GOMES, 2004, p. 48).

No terceiro modelo, predominante nas sociedades modernas, há uma nova sociedade, um novo “mercado consumidor” interessado numa informação “independente” do jogo político que estava presente na imprensa partidária. Surge, então, uma “imprensa empresarial”, que se afirma por colocar à disposição do consumidor “o tipo de informação que ele desejasse, na velocidade e no assunto que fosse de seu interesse” (GOMES, 2004, p. 50). Há uma percepção do mercado e do mundo dos negócios de que a notícia pode se tornar parte de um comércio, envolvendo os consumidores da informação e os anunciantes. A denominada “indústria da informação” compreende que “vender” a “atenção pública” e a “audiência” para anunciantes é parte de um negócio altamente rentável para as empresas de comunicação, desde que preservadas a “credibilidade”, a “isenção”, a “objetividade” e a “honestidade”, como valores não apenas éticos do jornalismo mas também comerciais (GOMES, 2004, p. 50-51).

Já a indústria cultural e a do entretenimento surgem para atender empresarialmente a demanda de produtos ligados ao lazer e ao consumo cultural, formando, assim, a cultura de massa. Gomes ressalta que tanto a indústria cultural como a da informação tornaram-se campos sociais, por constituírem um sistema de princípios, de valores, de relações objetivas e de distribuição de

---

<sup>4</sup> Gomes define como “modelo” um conjunto de práticas instituídas, de costumes e habilidades que formam um padrão social que corresponde a determinadas épocas e circunstâncias históricas que podem coexistir.

reconhecimento que não pode ser visto apenas de forma instrumental. Onde, antes, se viam apenas os “meios”, agora, é necessário considerar a mídia e a cultura como *instituição social*, com sua própria natureza, valores, regras e discurso autolegitimador (GOMES, 2004, p. 57).

Desse modo, o campo da mídia visto como um sistema de relações e de interação com outros campos simbólicos é também um sistema de distribuição, de reconhecimento e de construção do capital simbólico, pois interfere na construção da imagem e confere prestígio e visibilidade, ao mesmo tempo que define os contornos do discurso e do ambiente social e político. Os estudos sobre a prática política e a relação com os meios de comunicação demonstram que a disputa política atualmente converteu-se, em grande medida, numa competição pela produção da imagem e da percepção pública dos interesses que vão se constituir como parte da agenda da arena política (GOMES, 2004, p. 239). A partir de valores sustentados na ideia de uma atividade jornalística “independente e apartidária”, a mídia é parte da política e atua politicamente, mesmo quando não corresponde ao jornalismo partidário, uma vez que os discursos e temas previamente selecionados pelos meios de comunicação não sofrem o julgamento da parcialidade, estando “fora do jogo político [partidário]” (BIROLI; MIGUEL, 2011, p. 15).

Ter acesso e influência sobre as informações veiculadas no noticiário político é parte de uma luta concorrencial entre os agentes dos campos político e jornalístico como forma de: influir na formação das agendas públicas e governamentais; intermediar relações sociais entre grupos distintos; influenciar a opinião de inúmeras pessoas sobre temas específicos; e participar de contendas políticas posicionando-se sobre elas (FONSECA, 2011, p. 41). A notícia produzida pelos grupos empresariais modernos tornou-se uma mercadoria, e, por essa perspectiva, difere de outras mercadorias porque seu produto atua no universo simbólico da construção social da realidade, podendo potencializar ou distorcer imagens e versões sobre os acontecimentos, construindo uma visão ou opinião sobre o mundo social (FONSECA, 2011, p. 47). Em seu estudo sobre a imposição da agenda “ultraliberal” de privatização e desregulamentação de atividades vinculadas ao Estado e à flexibilização do mercado de trabalho, durante os anos 1990, pelos principais jornais impressos brasileiros, Francisco Fonseca destaca que o princípio da “liberdade de expressão” teve a função ideológica de naturalizar uma visão uníssona e “supressora de vozes discordantes”, que fez das empresas jornalísticas “máquinas de produção de consenso” (FONSECA, 2011, p. 46).

No plano simbólico, o campo jornalístico é um sistema de *reconhecimento* organizado em torno da reputação, do prestígio e da competência, como forma de garantir autoridade e legitimidade para ocupar posição dominante dentro de um sistema estruturado de relações. A centralidade da mídia no jogo político contemporâneo está em sua capacidade de constituir ou destruir esse capital, através da visibilidade produzida no interior da arena jornalística. A comunicação deixou de ser *meio* para se tornar o *ambiente* em que o jogo político público se realiza (GOMES, 2004, p. 60). Há, portanto, uma tensão nessa interface entre os campos político e jornalístico, produzindo impacto nas formas de atuação e na definição das estratégias dos agentes do campo político, uma vez que a presença na mídia é parte relevante do processo de construção do capital político (BIROLI; MIGUEL, 2011, p. 18). A força do “homem político” está na “fé mágica” e na confiança de sua capacidade de representação do grupo que lhe confere esse reconhecimento delegado (BOURDIEU, 2007, p. 187). Nesse aspecto, a comunicação de massa está no centro do jogo político, uma vez que a atividade política está vinculada ao tipo de visibilidade e reconhecimento público consagrado pelos veículos de comunicação de massa.

Sendo assim, o campo da mídia funciona como uma esfera “autorizada e legitimada” que tem controle sobre parte dos recursos utilizados na definição da visibilidade pública, constituída pela informação política (GOMES, 2004, p. 66). Reputação, prestígio e autoridade são formas de distinção que configuram um capital político. E, para conservar a credibilidade e a confiança, é necessário preocupar-se constantemente com todos os elementos que compõem esse capital político, entre eles, o noticiário. Dessa forma, o campo político passa a interagir e a estabelecer disputas, arranjos e mediações com o campo da mídia, reconhecendo e, em alguns casos, incorporando suas rotinas de produção para que seja possível produzir conteúdo e disputar a visibilidade a seu favor (GOMES, 2004, p. 68). Partindo do pressuposto de que os discursos reproduzidos pela mídia podem orientar compreensões da política que se tornam hegemônicas no campo mais amplo da produção ideológica (BIROLI; MIGUEL, 2011, p. 7), os meios de comunicação se constituem em

instituições que desenvolvem uma atividade-chave, que consiste na produção, reprodução e na distribuição de conhecimento [...], conhecimento que nos coloca em condição de dar um sentido ao mundo, que molda nossa percepção em relação a ele e contribui com o conhecimento do passado para dar continuidade à nossa compreensão presente (MCQUAIL *apud* WOLF, 2005, p. xiv).



Compreender os processos e mecanismos que interferem na produção noticiosa significa refletir sobre a construção de significados da realidade social e de sua influência no sistema cognitivo dos indivíduos, quando estruturam seu conhecimento e percepção do mundo a partir do consumo, de forma cumulativa, das informações oriundas do campo da mídia (WOLF, 2005, p. 138). Mesmo que não dispute diretamente os espaços de poder do campo político, a mídia atua e interage com os elementos simbólicos de que dispõe (o conteúdo da cobertura jornalística, por exemplo), de forma que seus agentes também são ativos no processo de luta pelo poder político.

Mesmo com toda a diversidade de fontes de informação, a narrativa produzida pelos meios de comunicação convencionais (rádio, televisão e jornais) e seus novos instrumentos associados à internet (blogs de colunistas, sites de notícias e redes de relacionamento) ainda ocupam posição central na definição da agenda pública. Por conta dessa centralidade, há uma permanente competição pela “construção, controle e determinação da imagem dos indivíduos, grupos e instituições participantes do jogo político” (GOMES, 2004, p. 239). A mídia torna-se a “fiadora” do que pode ser considerado como temática relevante para disputas eleitorais ou mesmo para questões cotidianas expostas pelo noticiário (BIROLI; MIGUEL, 2011, p. 14).

Por essa razão, tem importância a produção cotidiana do discurso jornalístico. Ao analisar os processos de construção do discurso midiático, Antonio Fausto Neto (2004) observa que ele segue regras de natureza “privada”, quando sua natureza institucional seria de caráter “público”:

O ato de publicizar a política é uma tarefa institucional de natureza pública, por parte das mídias, mas o processo produtivo, através do qual o discurso político é semantizado, torna-se cada vez mais, operações definidas e engendradas no interior de cada mídia (NETO, 2004, p. 122).

A atividade jornalística agenda, para outros campos, pautas e problemas que assumem um caráter “público”, de interesse coletivo, dando ao campo da mídia a condição de um “sistema leitor”, por sua “competência enunciativa” e estruturante da produção dos sentidos no campo político (NETO, 2004, p. 122). Em sociedades definidas por sistemas políticos e de mídia abertos, a atenção do público para um determinado assunto tende a crescer na medida em que aparece na agenda da mídia (McCOMBS, 2009, p. 67). Muitas vezes, o ambiente político acaba sendo definido pelas notícias políticas, uma vez que a mídia possui a capacidade de estabelecer o *contexto* em que os assuntos serão compreendidos pelo público, dando visibilidade a

determinados aspectos em detrimento de outros: “As representações que a mídia faz da realidade passam a constituir a própria realidade” (LIMA, 2004, p. 186). Já no campo político, o papel central da mídia, especialmente da televisão, reside “na tarefa contemporânea de ‘cimentar e unificar’ o bloco social hegemônico (e contra-hegemônico)”, dentro do qual ocorre a disputa política (LIMA, 2004, p. 192).

Por isso, nos estudos de comunicação política, torna-se relevante observar os mecanismos que interferem na produção da agenda da mídia, uma vez que os assuntos tratados no noticiário tendem a determinar a dimensão e a ênfase que determinados temas terão em atividades tipicamente políticas, como as campanhas eleitorais. Tratar desse fenômeno sob a perspectiva da teoria da *agenda-setting* permite não apenas refletir sobre os efeitos da mídia na construção de uma realidade (WOLF, 2005, p. 150) mas também compreender a dinâmica entre agentes de campos distintos na disputa pela construção dessa realidade.

Mauro Wolf (2005) enfatiza que os estudos sobre a eficácia dos meios de comunicação consistem, muitas vezes, em compreender sua capacidade de modificar a imagem do que é ou não importante, dos temas e dos problemas primários durante um processo eleitoral ou mesmo fora dele:

Ao filtrar, estruturar e enfatizar determinadas atividades públicas, o conteúdo da mídia não se limita a transmitir o que os porta-vozes proclamam e o que os candidatos afirmam [...]. Não apenas durante a campanha, mas também nos períodos intermediários, os meios de comunicação de massa fornecem perspectivas, modelam as imagens dos candidatos e dos partidos, ajudam a promover os temas sobre os quais versará a campanha e definem a atmosfera e a área específica de relevância e reatividade, marcadas por toda a competição eleitoral particular (LANG-LANG *apud* WOLF, 2005, p. 141).

McCombs explica que o agendamento é uma teoria sobre a transferência das imagens da mídia sobre o mundo, em que a seleção dos tópicos para a agenda jornalística e a seleção dos enquadramentos para a narrativa desses tópicos são aspectos centrais do agendamento (McCOMBS, 2009, p. 111). Esses enquadramentos ou “atributos” com que os jornalistas selecionam e enfatizam seus relatos noticiosos sugerem ao público não apenas o que pensar mas *como* pensar sobre os objetos (McCOMBS, 2009, p. 114). Bernard Cohen ressalta em seu livro *The press and foreign policy* que a imprensa possui uma grande capacidade de sugerir “sobre o que” o público deve pensar (COHEN *apud* AZEVEDO, 2004, p. 43). Os mecanismos de

seleção e filtros utilizados pelos meios de comunicação constroem uma hierarquia de predicados que podem ser realçados ou ignorados, receber uma valoração positiva ou negativa, constituindo-se num instrumento poderoso do campo da mídia (TRAQUINA, 2000, p. 32).

O conteúdo produzido pelo noticiário pode desempenhar um papel político quando é organizado a partir de uma matriz ideológica limitada. Nesse sentido, o conceito de enquadramento oferece um instrumento eficaz para examinar esse conteúdo oferecido pela mídia, que pode afetar o processo de formação das preferências políticas da audiência a partir dos “marcos interpretativos, construídos socialmente” (GOFFMANN *apud* PORTO, 2004, p. 78). O estudo sobre o enquadramento auxilia na compreensão dos efeitos da cobertura da mídia e na estruturação e organização das imagens, tanto no plano sociológico como no plano político, conformando uma opinião ou sugerindo escolhas. As conclusões dos estudos de Ervin Goffman demonstram que os indivíduos tendem a perceber os eventos e as situações de acordo com “enquadramentos que permitam responder à pergunta: o que está ocorrendo aqui?”. As respostas que o indivíduo encontra para essa pergunta, a partir do que ele ouve, lê ou vê no noticiário, são marcos interpretativos oferecidos diariamente pela narrativa jornalística e que permitem às pessoas dar sentido aos eventos ou às situações sociais (PORTO, 2004, p. 78).

#### **1.4 Quem define a agenda: a relação fonte-jornalista e os processos de construção da agenda**

A teoria do agendamento não sustenta uma tese de persuasão da mídia sobre um tema. O aspecto central da teoria é que “a compreensão das pessoas em relação a grande parte da realidade social é modificada pelos meios de comunicação de massa” (SHAW *apud* WOLF, 2005, p. 143). Entre pesquisadores e estudiosos de comunicação e política, há uma clássica afirmação de Bernard Cohen que define o conceito do *agenda-setting*: “A imprensa pode não conseguir na maior parte do tempo dizer às pessoas o que pensar, por outro lado, ela se encontra em condições de dizer aos leitores sobre quais temas pensar alguma coisa” (COHEN *apud* WOLF, 2005, p. 144).

No entanto, outros elementos devem ser considerados no processo de formação da agenda da mídia. É necessário considerar os espaços e as instituições que produzem discursos e concorrem com aquelas informações que os meios de comunicação fazem circular (BIROLI;

MIGUEL, 2011, p. 8). Essas instituições e seus atores, como as instituições religiosas ou o parlamento e seus diferentes meios de comunicação, fazem parte do conjunto de agentes que procuram exercer influência e disputar a construção de uma agenda pública que produza interesse ao campo jornalístico. Essa complexa dinâmica entre a agenda pública, a agenda da política e a agenda da mídia demonstra o papel estratégico do campo jornalístico na formação das preferências do público e na forma como esses acontecimentos serão interpretados enquanto “existência pública” (TRAQUINA, 2003, p. 22).

Um aspecto importante da pesquisa em comunicação trata dos estudos que analisam os mecanismos pelos quais a notícia é produzida, considerando, nessa perspectiva, os emissores, os processos de produção e o tipo de organização do trabalho no qual se arranjam as mensagens (WOLF, 2005, p. 184). Nos processos de definição da agenda, é preciso compreender o papel dos atores que agem no interior do campo jornalístico e sua interação com os agentes de outras esferas. Nelson Traquina destaca duas variáveis que considera determinantes para a constituição da agenda jornalística: a) a atuação dos jornalistas e dos critérios de noticiabilidade utilizados na seleção das ocorrências; b) a ação estratégica dos *new promoters* e os recursos que possuem e que são capazes de mobilizar para obter acesso ao campo jornalístico. Esse acesso é desigual e se constitui numa fonte de sustentação das relações de poder (MOLOTCH; LESTER *apud* TRAQUINA, 2003, p. 29).

A agenda jornalística é constituída de perspectivas sociais privilegiadas pelo campo jornalístico (BIROLI; MIGUEL, 2011, p. 59). Nesse contexto, pretendemos aprofundar o debate sobre quais os atores e as perspectivas que ganham destaque na mídia em detrimento de outros posicionamentos sociais, relegados a um segundo plano na cobertura jornalística. O estudo do agendamento nos permite observar os códigos e os limites da interface do campo jornalístico, quais vozes e posições do campo político, por exemplo, ocupam espaço de destaque, quais os interesses que se organizam e o contexto em que esses relatos são construídos.

Para além da interação com os atores e os agentes externos ao campo jornalístico, é preciso considerar que, internamente à arena da mídia, existem valores e uma rede de estímulos e restrições que impõem determinadas práticas e visões de mundo como aceitáveis, a partir da interação com os pares do cotidiano das redações. São essas interações e tensões externas e internas que vão definir relevância ou marginalidade de temas ou acontecimentos: “A tensão entre os diferentes campos, competências e discursos faz com que essas relações sejam marcadas

ora pela acomodação e complementaridade, ora por disputas e contradições” (BIROLI; MIGUEL, 2011, p. 63).

Dentro do fluxo de notícias produzidas no interior dos canais de informação, existe uma “zona-filtro” que controla e decide o que será notícia. São os chamados *gatekeepers*, profissionais ou um grupo de profissionais que atuam como poderosos filtros controlados por sistemas objetivos e regras internas que têm o “poder de decidir se deixa passar ou interromper a informação” (LEWIN *apud* WOLF, 2005, p. 184). Esse sistema inclui “todas as formas de controle da informação, que podem ser determinadas nas decisões sobre a codificação, a seleção, a formação da mensagem, a difusão, a programação e a exclusão de toda a mensagem” (WOLF, 2005, p. 186). Desse modo, o contexto profissional-organizacional exerce uma influência decisiva nas escolhas e na definição do que será notícia. Ao mesmo tempo, o *habitus* da redação garante a manutenção da linha editorial do jornal no momento de construir a notícia, sobretudo pela expectativa de aceitação e de reconhecimento dentro do processo de socialização dos jornalistas na redação (WOLF, 2005, p. 187).

O jogo político é sensível à influência da mídia na definição da agenda pública: “Os agentes que detêm maior capital político são capazes de orientar o noticiário” (MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 11), sendo que o jogo de influências, disputas e interação entre as duas esferas é complexo e não satisfaz apenas um dos universos interessados (GOMES, 2004, p. 43). A maneira como o agente político estará presente na esfera de visibilidade pública (determinado pelo campo da mídia) pode assegurar um reconhecimento público de sua existência: “Existir para o público de massa é principalmente existir nessa esfera e a imagem que se fizer dele a partir da cena política será tomada pelo público como a constituição de sua natureza e do seu caráter” (GOMES, 2004, p. 115).

Portanto, o exercício da atividade política, hoje, passa por uma competição pela produção da percepção pública dos interesses e da imagem que se apresentam na cena política (GOMES, 2004, p. 239). Vários são os fatores que modelam a agenda da mídia, como já afirmamos anteriormente. Refletir sobre a formação da agenda exige pensar os mecanismos disponíveis e os agentes que têm acesso às rotinas produtivas da mídia. As fontes são determinantes para a qualidade da informação produzida. “A característica mais saliente das fontes é que elas fornecem informações enquanto membros ou representantes de grupos (organizados ou não) de

interesse ou de outros setores da sociedade” (GANS *apud* WOOLF, 2005, p. 234). Mas quem tem acesso à mídia para se constituir como fonte?

Na realidade, fontes, jornalistas e público coexistem num sistema que se assemelha mais a um jogo de puxar a corda [...]. De todo o modo, as competições para ver quem consegue puxar a corda para seu lado são resolvidas com a força: e as notícias são, entre outras coisas, “o exercício do poder sobre a interpretação da realidade” (SCHLESINGER; GANS *apud* WOLF, 2005, p. 234).

Sistemas dominantes de poder político ou econômico tendem a ser fontes rotineiras da cobertura jornalística, ou seja, “aqueles que possuem o poder econômico ou político podem facilmente obter acesso aos jornalistas e são acessíveis a eles. Quanto àqueles que não tem poder, é mais difícil que se tornem fontes e sejam procurados pelos jornalistas” (GANS *apud* WOLF, 2005, p. 235).

Timothy Cook, ao analisar o lugar do jornalismo na política americana moderna, ressalta que o jornalista é também um ator político, um participante chave nos processos decisórios da política e vê o campo da mídia como uma força política central a influenciar o governo (COOK, 2005, p. 3). Nessa perspectiva, o jornalismo político deve ser considerado não apenas uma instituição mas uma *instituição política*, uma vez que sua influência pode decorrer não da atuação como representante orgânico de partidos políticos ou porque sigam uma agenda partidária ou ideológica particular, mas por causa da adesão a princípios de “objetividade e deferência aos fatos”, que distanciam o campo das “consequências sociais e políticas de sua cobertura” (COOK, 2011, p. 203).

Partindo do pressuposto de que a política é a seleção de valores “impositivos” para a sociedade, o papel do jornalismo nos processos políticos está na construção da notícia como uma coprodução das fontes (em geral funcionários do governo), ou seja, o jornalista atua como um reforço ao poder político, oferecendo recursos para que os atores oficiais sigam suas agendas, reforçando ações, eventos e declarações oficiais, de acordo com valores de produção da notícia (COOK, 2011, p. 238-241): “Muitos estudos sugerem que o papel político da mídia de notícia está em ampliar o alcance dos que já são politicamente poderosos” (COOK, 2011, p. 205).

O campo jornalístico pode dar importância e certificar autoridade, tanto quanto refleti-la, ao decidir quem deve falar, sobre o que e em que circunstâncias (COOK, 2011, p. 206). Sendo

assim, o noticiário pode não ser uma amostra representativa das ocorrências sociais e pode promover a seleção de certos tipos de atores, partidos políticos e assuntos para receber maior cobertura ou uma apresentação mais favorável que outros (COOK, 2011, p. 205). Mesmo assim, deve-se evitar a simplificação. O jornalismo é parcialmente independente e parcialmente dependente de suas fontes, incluindo as governamentais. Há sempre uma relação de conflito entre a fonte e o jornalista. Embora as fontes estejam à disposição para indicar os temas relevantes para a cobertura, as informações das fontes somente serão notícia se o repórter considerar que são relevantes, de acordo com valores e critérios legitimados pelas regras do interior do campo jornalístico.

Dessa forma, a relação entre a fonte política e o jornalista político é de permanente conflito e exige negociações e cooperação constante na direção de uma relação estável, em que o jornalista recebe a informação em troca da publicidade que dá às fontes, muito embora algumas vezes essa convivência sofra tensões entre o que as fontes desejam e o que os jornalistas querem das notícias (COOK, 2011, p. 211). A produção da agenda noticiosa favorece apenas certas aproximações e resultados. No caso americano, Cook demonstra que, para virar notícia o que uma fonte política oferece como informação, é necessário que as questões estejam vinculadas a “poderosas fontes de autoridade” e, em segundo lugar, aos critérios jornalísticos da notícia de qualidade.

O poder político e o impacto político do jornalismo são, portanto, um tanto contraditórios. O primeiro serve para dar maior acesso às notícias - e por extensão à esfera pública - aos funcionários públicos, que por isso ganham recursos para dirigir a atenção a problemas e questões específicas (e afastá-las de outros), para iniciar (ou encerrar) discussões ou debates, e para enquadrar a responsabilidade e fugir às acusações. Mas o segundo implica que, embora os funcionários tenham facilitada sua entrada na esfera política, não podem enviar sem filtro as suas mensagens. Os valores de produção da notícia os dirigem - e a nós - a valores políticos específicos (COOK, 2011, p. 211).

O jornalismo não é simplesmente um “espelho do mundo”, mas desempenha um papel na definição de valores. Um desses valores construídos pela mídia é a legitimidade da fonte: ela precisa ter suficiente autoridade para aparecer no noticiário, porque dela também depende a credibilidade da reportagem. Conseqüentemente, jornalistas refletem e reforçam a autoridade daqueles que já ocupam uma “posição de saber” (COOK, 2011, p. 212). Há uma compreensão do mundo político moderno de que a disputa política, na atualidade, passa por uma competição pela construção, pelo controle e pela determinação de qual imagem desses atores políticos será

construída, através da visibilidade na arena da mídia. A proximidade e a identificação dos jornalistas setoristas com suas fontes organizam uma espécie de “cooperação” entre fontes oficiais e os profissionais do campo jornalístico, no qual políticos e repórteres estabelecem um pacto em que temas e polêmicas da política são transferidos para o noticiário, de forma a melhorar a visibilidade e a posição dessa fonte na agenda política (PROTESS *et al. apud* COOK, 2011, p. 216). Assim, uma “fonte autorizada” é um indivíduo que ganhou um papel de liderança na narrativa noticiosa, conquistando esse lugar a partir de sua posição na hierarquia do campo político (COOK, 2011, p. 219).

Essa complexa rede de relacionamento entre fonte e jornalista constitui diferentes níveis de interação que competem pela definição da agenda da mídia. De um lado, estão as fontes externas ao campo da mídia, que são relevantes para a construção do noticiário, como procuramos demonstrar na abordagem sobre o papel das fontes governamentais e o mecanismo de legitimação da mídia àqueles agentes que já ocupam uma posição hierárquica importante no seu campo de atuação.

No entanto, outros elementos, entre os quais a competição entre os profissionais dentro do campo jornalístico, também incidem sobre a definição da própria agenda e do concorrente, uma vez que essas interações validam e reforçam as normas sociais e as tradições do jornalismo (agenda intermídia). Sylvia Moretzsohn (2002) destaca estudo de Herbert Gans (1979) sobre os noticiários das redes de televisão americana *CBS* e *NBC* e dos jornais *Newsweek* e *Times*, que demonstra que a construção do que será notícia pode vir até mesmo das limitações de pessoal e de tempo dentro das redações, que produzem uma restrita rede de fontes (que se mostraram disponíveis e adequadas), associada às informações distribuídas pelas agências de notícias. Assim, vai se formando um círculo vicioso em torno de um universo restrito de fontes e socialmente situado, que se estabelece tanto por razões sociais e culturais como pelo próprio processo de produção da notícia. Mauro Wolf destaca que os estudos sobre *newsmaking* expõem outro aspecto relevante:

A rede de fontes que os aparatos de informação estabilizam como instrumento essencial para seu funcionamento reflete, de um lado, a estrutura social e de poder existente e, de outro, organiza-se na base das exigências colocadas pelos procedimentos de produção. As fontes que se encontram às margens dessas duas determinações muito dificilmente podem influir de maneira eficaz na cobertura informativa (WOLF, 2005, p. 235).



As notícias, portanto, são construções elaboradas a partir da interpretação dos acontecimentos, feita pelos agentes “legítimos” do campo da mídia (os jornalistas). São construções narrativas, histórias, conforme demonstrou Gaye Tuchman (*apud* TRAQUINA, 2003, p. 30). No entanto, a capacidade de agendamento do campo da mídia não se resume apenas à definição do assunto na agenda pública. É importante observar os atributos ou as qualidades com que os candidatos e políticos serão retratados pelo noticiário (TRAQUINA, 2003, p. 40).

Os atributos com os quais a mídia apresenta um agente do campo político funcionam como argumentos marcantes para organizar e estruturar a imagem desse agente perante o público, produzindo um efeito de sugestionamento (*priming*) de perspectivas que guiam as opiniões do público e podem influenciar julgamentos. A base psicológica do efeito do sugestionamento é a atenção seletiva do público, uma vez que as pessoas não conseguem dar atenção a todas as informações que recebem.

Ao invés de estabelecer uma análise baseada no seu estoque de informações, as pessoas, rotineiramente, utilizam atalhos intuitivos, utilizando a agenda de temas e atributos já definidos e apresentados em grande medida pela mídia para organizar sua interpretação dos episódios, principalmente aqueles com os quais não teve uma experiência direta (McCOMBS, 2009, p. 187). O sugestionamento é um dos mecanismos pelos quais a mídia desempenha um papel central na formatação de atitudes e opiniões.

Ao mesmo tempo, é importante distinguir a atenção da mídia para um tema (agendamento de primeira dimensão) e a maneira como esse tema é enquadrado (agendamento de segunda dimensão) como forma de compreender o impacto desse campo na formação das preferências. A agenda da mídia pode influenciar não apenas as imagens, as atitudes e as opiniões mas também o comportamento dos indivíduos, em resposta às notícias veiculadas (McCOMBS, 2009, p. 199).

Nos estudos sobre o agendamento, assume relevância o tratamento associado das teorias sobre a produção noticiosa (*newsmaking*) com a reflexão sobre os enquadramentos da notícia. Essa complementaridade permite identificar o que está sendo selecionado, por que, e qual o interesse existente na saliência de um determinado aspecto do texto comunicativo. Uma fonte do campo político, por exemplo, pode influenciar o rumo do noticiário e de eventuais decisões do campo político, ao oferecer ao repórter informações a partir de um enquadramento específico, de forma a atingir seus interesses. Ao adotar o enquadramento oferecido pela fonte, o jornalista

orienta sua matéria de acordo com um ponto de vista, construindo um entendimento e uma interpretação sobre a realidade, “organizando o mundo tanto para os jornalistas [...] como também para os que recorrem às suas notícias” (GITLIN *apud* PORTO, 2004, p. 80).

Nesse ponto, Nelson Traquina destaca estudo desenvolvido por Weaver, Graber, McCombs e Eyal (1981) sobre o papel dos atributos construídos pelo campo na mídia na imagem dos candidatos políticos. O estudo aponta que a aprendizagem acerca da imagem dos candidatos é bem mais fácil que a aprendizagem acerca de suas posições sobre as questões de campanha eleitoral. Assim, a função do agendamento tem, provavelmente, maior poder persuasivo na construção da imagem dos candidatos (*image agenda-setting*) do que no agendamento das questões que mereceriam atenção por parte do eleitorado (*issue agenda-setting*) (TRAQUINA, 2003, p. 40). Os autores concluem:

A luta por cobertura midiática favorável determina onde os candidatos farão campanha, que atividades noticiáveis levarão a cabo de modo a conseguir cobertura televisiva, em particular, e que temas ele e os seus apoiantes acentuaram como prováveis atrações midiáticas. Desta forma, as campanhas, que constituem um cenário político crucial no drama eleitoral, são continuamente alteradas e ajustadas de modo a ir ao encontro das necessidades e preferências dos mídia (WEAVER *et al. apud* TRAQUINA, 2003, p. 40).

O conceito de agendamento, portanto, amplia-se a partir da percepção da função dos atributos, quando enfatizados pelo campo jornalístico. Tanto a seleção das ocorrências que vão constituir a agenda jornalística quanto os enquadramentos que serão utilizados para interpretar essas ocorrências são poderes relevantes da esfera da mídia, porque podem influenciar diretamente a direção da opinião pública. O avanço nos estudos sobre o agendamento auxilia na compreensão desse conceito e do papel ativo dos jornalistas na construção da realidade social.

### **1.5 Mídia, política e agenda nas eleições brasileiras**

O momento eleitoral é, em geral, o período de maior tensão nas relações entre o campo da mídia e o da política. É quando o impacto do jornalismo sobre o comportamento político fica mais evidente, sendo o foco de um importante conjunto de pesquisas na área da comunicação e da ciência política. Ao selecionar e divulgar as notícias, editores e profissionais da redação

desempenham um papel importante na definição da realidade política. Quando divulgam aquilo que os candidatos afirmam durante uma campanha, os *media* podem determinar quais são as questões importantes, ou seja, podem estabelecer “a agenda da campanha” (McCOMBS; SHAW, 2000a, p. 47). Mais do que nunca, no mundo moderno, os candidatos apresentam-se ao eleitorado sobretudo através do campo da mídia. A informação veiculada pelos meios de comunicação tornou-se o principal contato das pessoas com a política e é por meio dessa narrativa (construída a partir dos textos jornalísticos, dos editoriais, das colunas e dos comentários transmitidos pelo rádio ou pela televisão) que o eleitor constrói elementos cognitivos para tomar uma decisão.

Já afirmamos, em estudo anterior, que as relações entre o campo jornalístico e o político não atendem a padrões predeterminados de posicionamentos partidários em disputa. No entanto, a construção do relato noticioso é fruto de respostas do campo da mídia às diferentes pressões (governo, candidatos, partidos políticos, empresas jornalísticas, leitores e anunciantes), na definição dos sentidos e posições que constituem a disputa eleitoral (BIROLI; MANTOVANI, 2010, p. 91; BIROLI; MANTOVANI, 2013). Embora sejam dois campos distintos, com lógicas, dinâmicas e rotinas próprias, a compreensão dessa interação é um elemento central à análise do funcionamento das disputas eleitorais. As formas tradicionais de “fazer política” perdem espaço para novos arranjos, produzidos a partir dos grandes conglomerados de comunicação, responsáveis pela arena em que se dá a construção (e desconstrução) ativa do imaginário e da representação simbólica nas sociedades modernas.

Como já referimos anteriormente, Bourdieu aponta que um dos elementos necessários para o exercício do poder político é justamente o uso do poder simbólico (BOURDIEU, 2007, p. 14). Nesse sentido, a mídia passa a ocupar um espaço cada vez mais relevante no cenário político, por serem intrínsecas à sua especificidade a criação, a produção e a transmissão de formas simbólicas, de visibilidade e de construção de prestígio e poder simbólico (LIMA, 2006, p. 35). Por essa razão, cada vez mais as campanhas eleitorais utilizam os recursos do *marketing político* como uma ferramenta importante para a competição entre grupos políticos durante os períodos eleitorais (ALMEIDA, 2004, p. 310). Cada vez mais, recursos como a propaganda televisiva, as pesquisas de opinião, o planejamento estratégico e a definição de uma agenda que reforce uma imagem pública positiva em torno do candidato tornam-se elementos centrais do embate eleitoral.

O momento eleitoral é, tradicionalmente, um acontecimento relevante da luta política. Desde a redemocratização do Brasil e das primeiras eleições presidenciais após a ditadura, a

partir de 1989, a mídia ocupou um espaço central na luta pelo voto do eleitor. Esse novo padrão de processo eleitoral chama a atenção da sociedade, desencadeando um conjunto de estudos no campo da comunicação e da política no Brasil (RUBIM, 2004a, 2004b; MIGUEL; BIROLI, 2010; LIMA, 2006; BIROLI; MANTOVANI, 2010; ALDÉ, 2004; KUNCZIK, 2001, entre outros). Sobretudo a partir das eleições de 1994, 1998 e 2002, a visibilidade midiática aparece como uma das marcas diferenciais mais expressivas do processo eleitoral, aprofundando as relações entre a mídia, a política e o processo eleitoral brasileiro, mesmo com diferenças no modo de realização diante da conjuntura política de cada período.

Em 1998, por exemplo, a disputa presidencial vem sendo apontada pelas análises e pesquisas científicas como uma eleição que “não existiu”, como um pleito “silenciado”, pelo pouco destaque na cobertura jornalística para as eleições (COLLING, 2000; MIGUEL, 1999). Naquele ano, a estratégia governamental e o posicionamento da mídia convergiram, suprimindo o caráter de disputa da eleição, diminuindo o destaque na cobertura eleitoral, inclusive com a decisão judicial de diminuir o horário eleitoral gratuito para 45 dias (RUBIM, 2004b, p. 9). Rubim registra que “a convergência entre a estratégia governamental e o posicionamento da mídia foi flagrante em 1998”, ao registrar a simbiose entre os interesses políticos em torno da reeleição de Fernando Henrique e a queda no tempo dedicado para a cobertura eleitoral, em que até mesmo o tempo da propaganda eleitoral gratuita caiu. Interesses empresariais, com a privatização das telecomunicações em 1998, levantam dúvidas sobre o real distanciamento entre os interesses privados e políticos daquele momento (RUBIM, 2004b, p. 9).

Diferentemente de 1998, em 2002 a cobertura eleitoral foi o espaço para uma intensa visibilidade da luta política, com ênfase para a construção e a desconstrução das imagens públicas das candidaturas, tanto na cobertura jornalística quanto na propaganda eleitoral, deslocando o debate sobre a realidade, propostas e projetos para a figura dos candidatos (RUBIM, 2004b, p. 23). Rubim considera que, nesse período, três momentos podem ser destacados: o pré-eleitoral (quem seriam os candidatos designados pelos partidos), o eleitoral anterior à propaganda eleitoral e o período eleitoral com a propaganda eleitoral gratuita:

Para além da mera construção das (pré) candidaturas, a mídia foi também acionada pelos profissionais de comunicação dos grupos partidários para fazer mesmo a disputa prévia pela viabilização das candidaturas em ambientes partidários específicos ou no cenário político mais geral. Exposição e disputa na

mídia tornaram-se, portanto, pré-condições, ainda mais essenciais em 2002 (RUBIM, 2004b, p. 10).

Pode-se afirmar que, no período anterior ao debate eleitoral tradicional, a mídia “agendou” e também foi objeto de “agendamento” pelos grupos políticos, que ocuparam não apenas programas de entrevistas jornalísticos mas espaços de variedades. Houve ainda a retomada dos debates entre os candidatos, que haviam sido “banidos” das redes de televisão em 1994 e em 1998 (RUBIM, 2004b, p. 11).

Nas eleições presidenciais de 2006, quando houve a reeleição de Lula para um segundo mandato, a agenda da mídia teve como eixo central a temática ética, concentrada na exploração de episódios que vinculavam a candidatura Lula ao escândalo político vivido pelo governo Lula em 2005<sup>5</sup>. Nesse aspecto, cabe compreender a definição de escândalo dentro do contexto da competição política. Thompson define o escândalo político como “todo aquele que envolve um líder ou uma figura política destacada” (THOMPSON, 2002b, p. 124). Na fundamentação do que é um escândalo político, Thompson destaca os estudos de Andrei Markovits e Mark Silverstein em *Introduction: power and process in liberal democracies* (1988), que o conceituam como a “violação de um processo devido, ou seja, a violação de regras e procedimentos legalmente obrigatórios que governam o exercício do poder político em democracias liberais, caracterizando um ‘abuso de poder’” (THOMPSON, 2002b, p. 124). Partindo dessa premissa, o autor considera que as democracias liberais são propensas ao escândalo porque, em primeiro lugar, nesse tipo de democracia “há um campo de forças competitivas que são organizadas e mobilizadas através de partidos e grupos de interesse” (THOMPSON, 2002b, p. 127). Isso cria uma atmosfera de tensão, em que o conflito e a confrontação costumam ser a norma nos ataques aos opositores. O objetivo desse embate é tirar proveito dos possíveis pontos fracos do adversário.

No escândalo político, o que está em jogo é a desconstrução do capital político do indivíduo que está fundamentado, como refere Bourdieu, no capital simbólico construído a partir da crença e da confiança do eleitor no seu representante (BOURDIEU, 2007, p. 87). Escândalos políticos midiáticos, portanto, são um poderoso instrumento da disputa política: “Demonstrar, ou mesmo alegar que um opositor político transgrediu uma norma legal que deve ser cumprida [...]

---

<sup>5</sup> Citamos neste registro a crise política vivida pelo governo Lula durante os anos de 2005-2006, que foi nominada de “mensalão” pelo então deputado federal e presidente do PTB, Roberto Jefferson, e adotada pela mídia como identificação do escândalo envolvendo dirigentes do governo Lula e do PT e os partidos da base aliada na época, acusados de uso de recursos ilícitos para “comprar o voto de parlamentares”.

pode ser um meio efetivo de desacreditá-lo. Minta, calunie, diz o antigo provérbio, que alguma coisa iria ficar” (THOMPSON, 2002b, p. 128).

As eleições presidenciais ocuparam um espaço destacado desde cedo no noticiário político de 2006, superando o volume da cobertura de 2002, que já fora inovador pelo amplo destaque e pela criação de espaços específicos para a cobertura eleitoral, em contraste com a quase ausente cobertura das eleições em 1998, ano da reeleição do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso (RUBIM, 2004b, p. 11). O clima editorial nos jornais impressos mostrou-se crítico ao Governo Federal, em 2006, dando ênfase ao tema da corrupção como aspecto a ser destacado. O posicionamento dos jornais também se expressou nas avaliações constantemente negativas dos gastos do executivo federal, com a condução da política externa e dos programas sociais promovidos pelo governo Lula (ALDÉ; MENDES; FIGUEIREDO, 2007, p. 79; MANTOVANI, 2009).

Nesse sentido, podemos afirmar que a superexposição das eleições presidenciais em 2006 reforça a tese de que a visibilidade produzida pelo campo da mídia pressupõe uma “intervenção ativa dos múltiplos atores sociais e das culturas envolvidas no procedimento de mediação ativa efetuado pelas mídias” (RUBIM, 2004b, p. 14). Tais intervenções vão definir o agendamento, a seleção, os silenciamentos e os enquadramentos dos acontecimentos. Entram em campo nessa disputa os proprietários de veículos de comunicação, os profissionais, os anunciantes, as fontes, as personalidades e as entidades envolvidas, as forças políticas e sociais presentes na sociedade, além das rotinas produtivas, das culturas de classe, etc. (RUBIM, 2004b, p. 14).

Outro aspecto importante a ser analisado nas relações entre mídia e eleições se refere ao “posicionamento” do campo da mídia no processo eleitoral. Há uma relativa compreensão de pesquisadores e profissionais de comunicação de que, no pleito de 2006, o candidato eleito não foi o preferido dos principais grupos de mídia no país (LIMA, 2007, p. 15). Algumas análises e conclusões publicadas sobre a cobertura jornalística daquela eleição merecem registro: a) houve desequilíbrio na cobertura jornalística dos candidatos; b) prevaleceu uma atitude de hostilidade ao candidato Lula entre os jornalistas da grande mídia; c) houve um deslocamento entre a opinião dominante na mídia e a opinião da maioria dos eleitores; d) os sites e blogs na internet aumentaram sua importância no debate eleitoral; e) a mídia [o papel e a responsabilidade da mídia] entrou na agenda pública de discussões; f) a credibilidade da mídia foi colocada em questão; e g) novas mediações diminuiriam o poder de influência direta da grande mídia (LIMA, 2007, p. 17-24).

Tais diagnósticos são parte de um debate mais amplo sobre a atividade política do jornalismo e a discussão sobre a objetividade e o lugar do campo da mídia nas disputas políticas (BIROLI, 2013c, p. 127). Biroli destaca que a compreensão do jornalismo moderno, fundamentada na objetividade como norma e ideal, expõe uma dualidade do jornalismo político versus o jornalismo profissional/empresarial. Essa distinção, no entanto, não favorece uma compreensão mais ampla da atuação do jornalismo como expressão ativa da posição política situada do campo da mídia: “O jornalismo é a expressão de uma parte nas disputas mesmo quando não existe alinhamento político-partidário estável ou que funcione como motor para as ‘mensagens’” (BIROLI, 2013c, p. 129). Sendo assim, os argumentos de “neutralidade e transcendência” para definir o jornalismo moderno não são uma alternativa à posição política, mas correspondem

à expressão naturalizada de compreensões *da* política e posições *na* política que definem os limites das controvérsias, a agenda e os atores que serão vistos como politicamente legítimos. (...) o jornalismo reforça os limites da política na medida em que os consagra e naturaliza. E isso se dá por meio da consolidação de uma agenda temática que é o desdobramento, e a atualização de um modo de compreensão da política (BIROLI, 2012a, p. 5, grifos da autora).

Tais reflexões são referências importantes para discutir a relação da mídia com a política. Especialmente em 2006, a cobertura jornalística das eleições trouxe para o centro do debate público o comportamento dos meios de comunicação como atores políticos do processo. Os principais grupos empresariais de comunicação brasileiros protagonizaram uma “grande campanha anticorrupção, tratando de investigar, denunciar e responsabilizar o governo e seu partido, o PT”. Ao mesmo tempo, como candidato à reeleição e presidente em exercício, Lula experimentou uma “dupla visibilidade” na cobertura jornalística. Essa dupla visibilidade, no entanto, apresentou-se predominantemente negativa, amplificando ataques e denúncias, com uma mídia “impermeável” à pauta governamental (ALDÉ; MENDES; FIGUEIREDO, 2007, p. 66).

Nesse contexto, a teoria do agendamento e os dispositivos de seleção e enquadramentos utilizados para interpretar as ocorrências reforçam o enunciado, já referido neste estudo, de que os meios de comunicação têm destacada participação na delimitação do debate público, seja definindo as temáticas que serão consideradas relevantes, em torno das quais vão se desdobrar os debates e a agenda da mídia, seja por ser capaz de estabelecer os enquadramentos hegemônicos,

conferindo sentido às disputas, estabelecendo diferenciações entre posições e atores que participam dos debates (BIROLI; MANTOVANI, 2010, p. 92). Cabe ressaltar, no entanto, que as pessoas estão atentas ao que é transmitido e sobre quem o diz, mas não o tomam necessariamente ao pé da letra (McCOMBS; SHAW, 2000a, p. 49; WOLF, 2005, p. 147). Esse aspecto fica evidente ao compararmos a cobertura jornalística e o resultado das eleições de 2006, com a vitória de Lula para um segundo mandato.

Já afirmamos que a mídia tem uma importante participação na definição dos termos sobre os quais vão ocorrer as disputas entre os atores políticos. Ao mesmo tempo o campo jornalístico compete com os agentes políticos na formulação dos discursos e dos temas que serão o centro do debate eleitoral. Essa definição envolve complementaridades, acomodações e também disputas entre aqueles que participam do processo político. Essa interação é, porém, “estruturalmente assimétrica”. O eleitor comum não dispõe dos mesmos instrumentos e espaços para exercer influência, uma vez que a presença no noticiário está restrita a poucos atores (BIROLI; MANTOVANI, 2010, p. 93). Os meios de comunicação disputam a definição da temática que será considerada politicamente relevante para a disputa eleitoral e também atuam na consolidação dos enquadramentos hegemônicos, estabelecendo diferenciações entre posições e atores que participam dos debates (BIROLI; MANTOVANI, 2010, p. 92). O campo da mídia atua, também, na construção de narrativas e discursos que colocam determinados temas no centro da disputa e “forçam” o posicionamento dos atores envolvidos, definido, muitas vezes, a agenda da campanha eleitoral.

No estudo de Biroli e Mantovani (2010) sobre a cobertura do tema Bolsa Família nas eleições de 2006, é possível perceber que a temática funcionou como um espaço importante de atribuição de sentido às posições dos candidatos, dos partidos e dos eleitores, motivando a seleção de perspectivas que construíram representações na disputa eleitoral. A cobertura jornalística sobre o Bolsa Família deu visibilidade a perspectivas de poucos atores sociais, confirmando exclusões que organizam as democracias existentes numa relação direta com divisões socioeconômicas, comprovando uma compreensão da política que corrobora assimetrias entre opiniões que têm centralidade nos debates (vozes político-eleitorais e técnicas) e opiniões daqueles que são mantidos na posição de espectadores do debate (vozes populares e beneficiários do Bolsa Família) (BIROLI; MANTOVANI, 2010, p. 113).



Assim também ocorreu na eleição presidencial de 2010, objeto de reflexão dessa tese. Sustentamos que houve uma competição entre atores dos campos político e midiático pela definição da agenda da mídia e do debate eleitoral em torno da descriminalização do aborto, que culminou com o agendamento da temática na cobertura jornalística do segundo turno das eleições presidenciais de 2010. De um lado, os três principais jornais impressos, vinculados a três grandes grupos empresariais de comunicação, posicionavam-se contrários ao tema, pois ele submeteria o debate eleitoral a “doutrinas conservadoras da igreja cristã”<sup>6</sup>. De outro, foi promovido um embate por grupos religiosos ligados, sobretudo, à Igreja Católica e denominações Evangélicas, associados a segmentos do campo político apoiadores de José Serra (PSDB), que acusavam a candidata Dilma Rousseff (PT) por declarações em favor da descriminalização do aborto.

Apesar do posicionamento dos jornais e da tentativa de sustentar que a agenda dos escândalos políticos produziria uma discussão mais relevante para a sociedade com o tema da “ética na política”<sup>7</sup>, houve uma mudança de estratégia do campo jornalístico e político, ao se retomar o debate eleitoral no segundo turno<sup>8</sup>. O noticiário, então, ajustou-se à agenda política e, diante desse novo cenário, atuou no sentido de enfatizar o aborto como eixo central da cobertura jornalística das eleições no segundo turno, definindo os enquadramentos e vozes dominantes desse contexto. Mais adiante, no capítulo 3, esses argumentos serão detalhados com a apresentação dos dados da pesquisa.

Refletir sobre a mídia e os processos eleitorais é reconhecer que tanto a seleção de objetos para atrair a atenção como a seleção dos enquadramentos para pensar esses objetos são tarefas poderosas do agendamento, que sugerem ao público sobre o que pensar e como pensar os temas

---

<sup>6</sup> Foram 13 editoriais contrários à abordagem do aborto no debate eleitoral (destacamos A SUCESSÃO, 2010).

<sup>7</sup> No primeiro turno, a maior parte da agenda da mídia estava voltada para a cobrança do governo e da candidata governista, Dilma Rousseff, sobre a quebra do sigilo fiscal de familiares do candidato José Serra e integrantes do PSDB e por denúncias feitas pela *Veja* de montagem de um dossiê contra Serra por integrantes da equipe de Dilma (chamado na época de “caso dos Aloprados 2”). Além desses, também dominava o noticiário político do primeiro turno o escândalo de tráfico de influência dos familiares da chefe da casa civil, Erenice Guerra, braço direito de Dilma quando ministra chefe da Casa Civil e sua sucessora na função. A *Folha de S.Paulo* defendeu em editorial no dia 12 de outubro que os escândalos políticos foram mais influentes para a mudança na intenção de votos no primeiro turno do que a agenda religiosa (ver A FÉ, 2010).

<sup>8</sup> Reportagens no final de setembro registram uma atenção do campo político para o tema do aborto ainda no primeiro turno. Segundo as matérias, o motivo seria a onda de boatos disseminada pela internet com discursos e gravações de padres e bispos católicos e evangélicos contra a candidatura de Dilma, devido a seu suposto apoio ao aborto e ao casamento gay, que teriam provocado sua queda na intenção de votos. Na última semana de setembro, os textos jornalísticos registravam pesquisas apontando a queda na intenção de votos da candidata petista no eleitorado religioso. Os textos jornalísticos enfatizavam que o último programa eleitoral do primeiro turno explorou temas caros ao “eleitorado médio e conservador”: Dilma reafirma o respeito às crenças religiosas e Serra aparece no programa eleitoral com a família (ROSA, 2010b; VICTOR, 2010).

selecionados pela mídia. Mas, acima de tudo, as novas pesquisas sobre o agendamento buscam compreender quais os atores que determinam a agenda da mídia e como a construção diária do jornalismo pode reproduzir estereótipos, construir posicionamentos e definir os contornos da imagem pública dos atores políticos (McCOMBS; SHAW, 2000b, p. 125).

O desafio dessa reflexão teórica sobre como se define a agenda jornalística e quem são os atores que contribuem para essa construção reside na importância de compreender os mecanismos envolvidos nessa interação, de forma a construir uma sociedade efetivamente plural e democrática do ponto de vista da produção de informações. A concentração do noticiário em alguns atores, associada à restrição da atividade política nos limites dos poderes constituídos (Legislativo, Executivo e Judiciário), produz um distanciamento dos cidadãos comuns da política. Além disso, os conflitos presentes no noticiário da “grande imprensa” não ultrapassam as disputas entre os atores políticos já posicionados, reforçando enquadramentos e hierarquias que não questionam aspectos estruturais do fazer político e que podem, na realidade, reforçá-los (BIROLI, 2012a, p. 15).

Luis Felipe Miguel (2007) aponta que o exercício consciente da cidadania precisa de uma informação isenta, mas também de informação plural, através de uma mídia que possa acolher e reproduzir as diversas percepções do mundo social. É o “pluralismo político” fundamentado na propagação das variadas vozes que representam as diversas correntes políticas, associado ao “pluralismo social”, que se consolida a partir da disseminação das visões de mundo vinculadas às diferentes posições na estrutura social em competição (MIGUEL, 2007, p. 215).

No entanto, a característica predominante da mídia privada brasileira é estar voltada para o mercado, com predomínio da mídia eletrônica, de forma concentrada, o que empobrece e unilateraliza o debate público. A ampliação do pluralismo na expressão das ideias e diversidade de opiniões presentes na sociedade, defendida por Miguel (2007, p. 215) e Lima (2006), é, sem dúvida, um dos grandes desafios da democracia brasileira. É a busca pela diversidade e pluralismo de ideias que deve sempre pautar a discussão e a reflexão sobre a relação entre a mídia e a política no Brasil.

## **1.6. O campo jornalístico e as novas ferramentas digitais na disputa pela agenda**

A capacidade do campo jornalístico de construir interpretações genéricas e massificadas, associada à rapidez e à amplitude com que as ferramentas de comunicação on-line propagam uma ideia, dá uma dimensão do papel dessa esfera como um ator político que age na produção e transmissão de informações. Nas eleições de 2010, a discussão sobre o aborto ocorreu, inicialmente, de forma dirigida, através da distribuição de e-mails e mensagens via internet para grupos ou listas de pessoas restritas ou a partir de redes sociais de relacionamento (Facebook, Orkut, Youtube, blogs, etc.).

Esse foi o pleito onde as ferramentas digitais tiveram maior presença e foram bastante utilizadas nas campanhas eleitorais, embora essa utilização já tivesse sido detectada nas eleições de 2006 (LIMA, 2006). Atualmente, não é mais possível dizer que somente o campo da mídia tradicional e seus atores agem na construção do relato noticioso (embora sejam os agentes predominantes). Há uma disputa entre grupos e atores pelo acesso aos mecanismos de construção da notícia e as formas de mediação, circulação e publicização dessas informações ultrapassam os limites da mídia convencional. Durante as eleições de 2010, foi possível perceber que houve uma confluência de interesses entre grupos políticos pró-candidatura de José Serra (PSDB) com setores conservadores das igrejas (católicos ou evangélicos) contrários à descriminalização do aborto. Essa confluência de interesses também se evidenciou no campo da mídia, que, apesar de não concordar com a ênfase na temática do aborto, elevou o assunto à agenda central da cobertura eleitoral no segundo turno das eleições. O ingresso da temática do aborto no centro do debate eleitoral do segundo turno de 2010 demonstrou que as relações de força que compõem o discurso público atualmente acontecem “numa esfera pública ampliada que inclui não apenas as mídias tradicionais como a televisão, o rádio, o jornal impresso, mas também os blogs, microblogs e outras plataformas de comunicação na internet” (RAMOS, 2012, p. 73).

Esse aspecto reforça o argumento deste estudo de que o campo midiático teve que competir na construção da agenda com outros atores que agiam em suas esferas de atuação com novas ferramentas de comunicação. Como será detalhado na segunda parte desse estudo, os grandes grupos empresariais de comunicação relutaram, num primeiro momento, em tratar o tema do aborto como assunto relevante para o debate eleitoral. Sua contrariedade estava expressa em vários editoriais publicados no período. No entanto, ao final do primeiro turno, a temática do aborto passou a ocupar de forma crescente o espaço noticioso, com amplo destaque para posicionamentos de grupos religiosos e políticos que acusavam diretamente a candidata Dilma

Rousseff (PT) de ser uma mulher conivente com “práticas abortistas”, ou ainda reproduziam declarações que a associavam a estereótipos de alguém “a favor de matar criancinhas”, “contra a vida” ou mesmo de “Dilma contra Jesus” (RAMOS, 2012, p. 71).

Tais argumentos tiveram um papel relevante na politização do aborto e na utilização do assunto como instrumento da luta político-eleitoral. A competição do campo jornalístico tradicional com agentes de campos simbólicos distintos que utilizaram novas formas de comunicação, através da internet, produziu uma disputa pela narrativa eleitoral e um movimento informativo paralelo ao conteúdo oferecido pela mídia convencional. Nesse sentido, observa-se que as mídias digitais foram incorporadas pelos agentes do campo político como ferramentas complementares de comunicação e de propagação de conteúdo de interesse das candidaturas à Presidência da República. Foi nessa eleição que os campos político e jornalístico receberam maior interferência dos eventos produzidos no ambiente da comunicação digital (JAMIL; SAMPAIO, 2011, p. 210). Candidaturas foram incrementadas com conteúdo interativo dos usuários das redes sociais (Facebook, Twitter, Youtube, entre outros). Vídeos com declarações negativas, gafes ou ainda colagens de imagens simulando situações de aborto foram disseminados nas redes de relacionamento e contatos por e-mail e compartilhados em perfis de redes sociais, tanto por apoiadores de uma das candidaturas quanto pelas entidades ou grupos religiosos.

As eleições de 2010 reforçam o que já havia sido detectado em 2006: a esfera da comunicação, como espaço privilegiado para o debate público, está se transformando com a expansão da internet e suas ferramentas tecnológicas. A comunicação em redes digitais vem produzindo espaços de diálogos horizontais entre grupos e indivíduos conectados. Hoje, quem tiver acesso econômico e conhecimento dos recursos tecnológicos pode organizar sistemas de comunicação e de informação sem mediação de terceiros, sobretudo, os meios tradicionais de informação como o rádio, a televisão ou o jornal. Criar canais de comunicação próprios a partir das novas ferramentas e iniciativas das mídias digitais produziu efeito sobre as práticas políticas (e de comunicação) (JAMIL; SAMPAIO, 2011, p. 209).

Embora essas ferramentas ofereçam uma capacidade maior de disputa e influência sobre a agenda pública, pressionando, muitas vezes, as organizações midiáticas tradicionais a acolher novos temas e assuntos de interesse público para a cobertura jornalística, ainda persistem limitações no uso da internet, como a barreira econômica que dificulta o acesso amplo às conexões mais eficientes, além da controversa discussão sobre “filtros” que garantam limites para

“discursos de ódio”, que circulam sem controle na rede ou, ainda, na falta de confiabilidade das mensagens utilizadas para fins políticos (BRAGATTO, 2011, p. 149).

Na era da comunicação globalizada e instantânea, novas estratégias são incorporadas e mediadas por ferramentas de comunicação que interagem com as tradicionais estratégias da política. Essa interação vem ocorrendo de maneira complementar aos processos comunicacionais tradicionais do campo político, como os programas do horário gratuito de propaganda eleitoral de rádio e televisão, regidos por lei, ou por materiais impressos e jingles. Desde o final de 1998, as ferramentas para disseminação das informações eleitorais pela internet foram aprimoradas e incorporadas aos instrumentos de comunicação digital do campo político (BIMBER *apud* JAMIL; SAMPAIO, 2011, p. 210). É o caso dos *websites* que veiculam vídeos profissionais assim como publicam material produzido por qualquer indivíduo que possua um aparelho celular conectado à internet. As atividades interativas com os internautas e a disponibilização desses materiais e das peças de programas eleitorais como jingles e programas eleitorais deram à internet um novo papel dentro das estratégias de comunicação política. Em 2010, essas e outras ferramentas assumiram nova dimensão na relação com o eleitorado.

O uso das *mídias digitais* tornou as disputas políticas mais diversificadas e complexas, oferecendo novas modalidades de ativismo eleitoral: seja na maior amplitude de informação política, ao disseminar informações pelos próprios canais e por internautas apoiadores, seja pela possibilidade de interatividade e propagação dessas informações em redes de relacionamento, ampliando o cenário das disputas e o espaço social dos conflitos cada vez mais aberto e visível a todos os indivíduos conectados (SILVEIRA, 2011, p. 52). Essas ações estimularam a participação nas campanhas on-line com base na reciprocidade das interações feitas pelo computador (JAMIL; SAMPAIO, 2011, p. 214). É nesse ambiente que candidatos à Presidência atuaram nas redes sociais, criando perfis e interagindo diretamente com seus “seguidores”, procurando influenciar a agenda política desde uma perspectiva de interesse do candidato.

As notícias publicadas pelos três jornais observados nesta pesquisa registram que as redes sociais foram um instrumento importante para a disseminação das campanhas negativas envolvendo a temática do aborto durante as eleições de 2010. Aliados da candidatura Serra disseminaram críticas à candidata Dilma por suas posições anteriores em favor da descriminalização do aborto, ao passo que apoiadores da candidatura Dilma procuravam mostrar

um moralismo oportunista, interessado em se beneficiar da fé e das crenças do eleitorado religioso (JAMIL; SAMPAIO, 2011, p. 212).

Em outro aspecto, o pesquisador Jair de Souza Ramos (2012) desenvolve uma análise sobre a centralidade do enfrentamento entre grupos religiosos e ativistas dos direitos humanos nas eleições de 2010, com o intuito de manter conquistas (ativistas dos direitos humanos) ou refluir essas vitórias (grupos religiosos) vinculadas à legislação de políticas públicas ligadas aos direitos individuais, como é o caso da descriminalização do aborto e o casamento homoafetivo. De um lado, havia a preocupação de grupos religiosos com o crescente espaço ocupado, ainda no governo de Luiz Inácio Lula da Silva, por políticas e ações identificadas com as lutas em defesa da descriminalização do aborto e da criminalização da homofobia e com os “riscos” de que a vitória de Dilma Rousseff (PT) pudesse garantir a implantação de políticas simpáticas às lutas feminista e homoafetiva, derrotadas por setores conservadores no Congresso. De outro lado, a preocupação dos movimentos de direitos humanos era que o processo eleitoral pudesse representar uma oportunidade para grupos conservadores de capitalizar e impor sua agenda, revertendo, através da luta político-eleitoral, o espaço conquistado pelos direitos humanos no interior do Estado brasileiro (RAMOS, 2012, p. 57).

Os embates envolvendo a edição do Plano Nacional de Direitos Humanos 3 (PNDH3), em dezembro de 2009, com forte repercussão no início do ano de 2010, podem ter sido o pano de fundo para organizar os discursos dos atores políticos que utilizaram as ferramentas de comunicação on-line para disseminar boatos, versões, opiniões e imagens contra a candidatura de Dilma Rousseff (PT), acusando-a de ser favorável ao aborto<sup>9</sup>. Tais discussões disseminadas pela internet foram incorporadas pelos veículos tradicionais do campo da mídia. Ao organizar a agenda de cobertura eleitoral do segundo turno em torno da temática do aborto, os principais jornais impressos do país ocuparam um espaço importante na consolidação dessa controvérsia dentro da agenda político-eleitoral e na imagem dos candidatos (RAMOS, 2012, p. 56; MANTOVANI, 2013, p. 2-3). Os argumentos envolvendo a temática do aborto foram ajustados e incorporados como temática central da cobertura jornalística pelo campo da mídia, tornando-se um instrumento poderoso da disputa eleitoral e, ao mesmo tempo, produzindo uma “politização reativa” à agenda dos movimentos feministas e LGTB (MACHADO, 2012, p. 50).

---

<sup>9</sup> Agradeço as contribuições de colegas e pesquisadores que apontaram esse aspecto durante apresentação de parte dos resultados dessa tese no II Simpósio Nacional sobre Democracia e Desigualdades, realizado na Universidade de Brasília de 7 a 9 de maio de 2014.

Se, no primeiro turno das eleições de 2010, a temática do aborto não foi dominante na agenda jornalística, a virada do primeiro para o segundo turno demonstrou o ajuste que o campo jornalístico produziu no seu foco noticioso. Apesar das críticas e do desacordo com o tema no centro do debate político-eleitoral, a cobertura jornalística adequou-se e definiu os contornos dessa agenda, tornando-se um importante ator na sustentação de uma narrativa moral e conservadora sobre o aborto predominante no segundo turno do debate eleitoral de 2010. Esse aspecto reforça a compreensão de que as relações entre o campo político e jornalístico não atendem padrões predeterminados, mas revelam que há uma permeabilidade entre os campos com interação, tensões e ajustes. É nesse contexto que a análise da temática do aborto na cobertura jornalística das eleições de 2010 oferece elementos para aprofundar as reflexões sobre como o campo jornalístico respondeu às diferentes pressões entre governo, partidos e candidatos naquela disputa especificamente e, em termos gerais, sobre a forma como esse campo mobiliza seus argumentos técnicos e participa da definição de sentidos e posições que constituem uma disputa eleitoral (BIROLI; MANTOVANI, 2010, p. 91-92).

A abordagem do tema do aborto na mídia é uma oportunidade para refletir sobre a participação das empresas de comunicação tradicionais na delimitação e no enquadramento desse assunto no debate público. Em geral, a imprensa brasileira trata o aborto sob três enquadramentos: o religioso-moralista, o criminal (identificação de clínicas clandestinas e prisão de médicos) e o jurídico (mudanças na lei) (FONTES, 2012, p. 6).

Acrescentamos um quarto enquadramento encontrado na pesquisa que acompanha esta tese: a ênfase no tratamento do tema como um caso de saúde pública, explicitando casos de mulheres (pobres) que passaram pela experiência da interrupção de uma gravidez realizada de forma clandestina e, muitas vezes, com sequelas graves, que precisam ser atendidas pelo Sistema Único de Saúde (SUS) (BENEVIDES; FARAH, 2010a). No entanto, a mídia tende a tratar o aborto predominantemente no enquadramento moralista-religioso. No âmbito eleitoral, esse viés foi amplamente utilizado para questionar os candidatos sobre suas posições, concentrando o debate na visão dicotômica – “a favor ou contra” –, sem aprofundar a questão. A campanha eleitoral de 2010 mostrou que parte da imprensa tradicional usou “o discurso antiabortista para alvejar os candidatos de seu desagrado” (MIGUEL, 2012, p. 670). Dessa forma, quando a mídia torna dominante uma abordagem, tende a reforçar visões hegemônicas em detrimento de posições

socialmente sub-representadas, o que restringe um debate amplo e democrático na sociedade, como veremos em seguida.



## Capítulo 2. O debate sobre o aborto no Brasil: atores e controvérsias políticas

### 2.1. A presença das igrejas na sociedade brasileira

A discussão sobre o aborto na sociedade brasileira evidencia o quanto temas vinculados aos direitos individuais ainda estão subordinados a valores morais, definidos em grande parte por doutrinas com forte reverberação social, o que é revelador de o quanto a visão religiosa está culturalmente arraigada na sociedade brasileira. De início, é importante ressaltar que as relações entre religião e política no Brasil são antigas e representam uma complexa rede de interação entre a religiosidade dos indivíduos – entendida como um conjunto de crenças individuais vivenciadas pelo ser humano e que busca dar sentido às aspirações transcendentais do indivíduo (GUARESCHI, 2010) – e os recursos estratégicos mobilizados pelas igrejas com o objetivo de ampliar a influência de seus agentes no campo político.

Há uma intrínseca conexão entre a Igreja e a sociedade brasileira, que remonta aos primórdios da colonização do País. Nos tempos do Brasil colônia de Portugal, os monarcas portugueses tinham o poder sobre as terras descobertas, inclusive as da Igreja Católica. Cobravam dízimo para dotação de culto e estabeleciam toda sorte de fundações religiosas. “A Igreja transformara-se, por esse modo, em simples braço do poder secular, em um departamento da administração leiga” (HOLANDA, 2008, p. 118). Foram 300 anos de vínculo, com o catolicismo como religião oficial do Brasil (NUNES, 2008, p. 29). Não apenas no período colonial mas durante o Império, quando se manteve a tradição do “padroado”, as intromissões das autoridades em assuntos da Igreja provocavam incômodos e uma atitude de revolta contra as administrações. No entanto, a igreja “como corporação” podia ser aliada e até cúmplice do poder civil (HOLANDA, 2008, p. 118). Somente com o advento da República, tendo como norte a laicidade, é que ocorre a separação entre Estado e igreja, mais precisamente em 1890 (AQUINO, 2011, p. 217).

A presença da Igreja católica na formação da sociedade, associada ao tipo primitivo de família patriarcal, dominante no Brasil colônia, permite considerar tais características como fundamentos que influenciaram a formação de uma sociedade de caráter conservador nos costumes e no comportamento social. Quando escreveu *Raízes do Brasil*, em 1936, Sérgio Buarque de Holanda entendia a sociedade brasileira ainda em construção. Seguiu uma tradição

intelectual de esquerda, que procurava denunciar os preconceitos de raça, os fundamentos patriarcais e agrários, explorando em sua análise o contraditório entre o rural e o urbano, a burocracia versus o caudilhismo, o trabalho diário versus o espírito aventureiro. Tais contradições constituíram a estrutura social e política do Brasil (HOLANDA, 2008, p. 9-15).

Na crítica social desenvolvida por Holanda, há elementos que auxiliam a reflexão sobre as origens de traços que ainda se fazem presentes na realidade atual, a partir de uma tradição oriunda do arcaísmo rural e de valores religiosos centrados na família patriarcal, organizada a partir da autoridade do homem branco escravocrata, subordinando o núcleo familiar ao pátrio poder. Tal modelo era sustentado pelas normas clássicas do direito romano-canônico, em que a autoridade do proprietário de terras não sofria réplica (HOLANDA, 2008, p. 73-81).

Na perspectiva histórica, o catolicismo trazido pelos portugueses forjou uma religião sincrética. A mistura dos elementos religiosos, indígenas e africanos nos rituais, simbologias e doutrina católicos ofereceu as condições para um “catolicismo tropical” (NUNES, 2008, p. 28). Essa característica forneceu os elementos para que a Igreja Católica se adaptasse às transformações e mudanças sociais vividas pelo país desde sua constituição como Estado soberano. Para não perder o vínculo com seus fiéis e conquistar novos adeptos, o catolicismo promoveu mudanças no interior de suas estruturas, de forma a se adaptar às novas situações.

Na segunda metade do século XX, por exemplo, houve uma preocupação em se identificar com princípios modernizantes e progressistas, sobretudo os de cunho social e político. No período que vai da luta contra a ditadura, nos anos 1960-1984, até o início dos anos 1990, parte da Igreja e de seus vínculos doutrinários se aproximou dos ideais de mudanças e transformações sociais. Nesse período, as instituições religiosas tiveram um importante papel progressista, através das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), que atuaram ao lado de movimentos sociais de esquerda por democracia e melhor distribuição de renda no Brasil (NUNES, 2008, p. 23; BRITO, 2008, p. 38 e 42; MACHADO, 2012, p. 49).

### **2.1.1 A presença das igrejas no debate público**

No Brasil, até o final do século XX, a Igreja Católica foi o credo predominante entre os que se declaravam vinculados a alguma religião, com mais de 90% da população denominando-se seguidora do catolicismo, conforme apontava o censo do IBGE de 1970 (PIERUCCI, 2008, p. 13).

Já em 2010, o Censo do IBGE demonstrou uma nova realidade na religiosidade declarada dos brasileiros, com uma migração para a doutrina evangélica. O estudo *Religião e território no Brasil: 1991/2010* revela que atualmente os três principais grupos religiosos no país são: católicos, evangélicos de missão<sup>10</sup> e evangélicos pentecostais (JACOB; HEES; WANIEZ, 2013, p. 7). Os resultados evidenciam um fenômeno importante ocorrido nos últimos 30 anos: uma tendência progressiva à diversificação religiosa. A Igreja Católica era detentora até 1989 de aproximadamente 89% do número de fiéis declarados. Em 2010, congregava aproximadamente 65% dos brasileiros distribuídos pelas regiões Nordeste, Minas Gerais e os estados do Sul (PR, SC, RS). Inversamente, os evangélicos de todas as confissões saltaram de 6,6% em 1980 para 22,1% em 2010, assim como os “sem religião” passaram de 1,6% para 8% , com 15,3 milhões de pessoas no mesmo período (JACOB; HEES; WANIEZ, 2013, p. 10).

Com o declínio da proporção de brasileiros declarados católicos, houve um crescimento das religiões evangélicas – principalmente as igrejas vinculadas ao protestantismo histórico, os pentecostais e neopentecostais<sup>11</sup>. Esse crescimento ocorreu, sobretudo, na década de 1990 (CAMPOS, 2008, p. 107). Nesse novo contexto, os evangélicos pentecostais vêm se constituindo no principal fator de diversificação religiosa no Brasil desde 1980<sup>12</sup>, demonstrando um grande

---

<sup>10</sup> “Evangélicos de Missão” é o nome utilizado pelo IBGE, a partir do censo de 2000, para designar os protestantes tradicionais que compreendem as denominações religiosas: batista, adventista, luterana, presbiteriana, metodista, congregacionista, menonita, anglicana e exército da salvação. De origem europeia, instalaram-se no Brasil no período da imigração no século XIX ou, a partir do século XX, oriundos dos Estados Unidos (JACOB; HEES; WANIEZ, 2013, p. 11).

<sup>11</sup> O *protestantismo histórico* é uma denominação vinculada às correntes religiosas diretamente originadas da Reforma Protestante, movimento reformista da Igreja Católica liderado por Martinho Lutero no século XVI. No Brasil, pesquisadores indicam a presença do protestantismo, mesmo que de forma incipiente, já no período do Brasil colônia portuguesa, por volta de 1545. Porém, somente a partir de 1820 os cultos protestantes em língua inglesa começam a ser celebrados no Rio de Janeiro. Em 1824 o protestantismo se espalha para outras províncias do Império com a chegada dos imigrantes alemães e suíços no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Minas Gerais e Espírito Santo (MENDONÇA, 2008, p. 49-52). São representantes dessa corrente as igrejas Luterana, Presbiteriana, Anglicana, Batista e Metodista. Já o termo “pentecostal” foi criado para identificar cristãos de tradição protestante vinculados a um movimento que teve origem nos Estados Unidos no início do século XX, tendo como base segmentos populares e negros. Essa corrente está fundamentada numa interpretação bíblica literal sobre o dia de Pentecostes – o batismo de fogo dos apóstolos –, que também poderia ocorrer entre os fiéis dando-lhes a possibilidade do desenvolvimento de dons carismáticos como a cura, a profecia e glossolalia. No Brasil, as principais igrejas pentecostais são a Congregação Cristã do Brasil (1910), a Assembleia de Deus (1911), o Evangelho Quadrangular e Deus é Amor. Essas igrejas reconhecem os dons espirituais a partir do batismo no Espírito Santo, como a capacidade de “falar línguas estranhas” (MACHADO, 1996, *apud* MACHADO, 2006, p. 09). Os *neopentecostais* são grupos religiosos surgidos a partir da década de 1960, que articulam a crença no poder do Espírito Santo com ênfase para o louvor. São mais flexíveis na moral, nos usos e costumes e na doutrina teológica. Neste grupo encontra-se a Igreja Universal do Reino de Deus, fundada no Brasil em 1977 pelo bispo Edir Macedo.

<sup>12</sup> De acordo com o estudo, os evangélicos pentecostais possuem um grande fracionamento de igrejas em seu interior. O próprio IBGE relaciona 16 igrejas pentecostais diferentes. A maior parte dos fiéis desse grupo religioso localiza-se nas microrregiões do Rio de Janeiro e de São Paulo (cerca de 1,8 milhões de fiéis em cada uma das localidades),

dinamismo ao passar de 5,6% da população em 1991 para 13,3% em 2010 (25,4 milhões de fiéis). Os indicadores revelam que há, de um lado, uma forte concentração em apenas seis igrejas, com 77% dos seguidores, e, de outro, uma grande dispersão em múltiplas confissões religiosas (23%) (JACOB; HEES; WANIEZ, 2013, p. 15).

A migração da composição religiosa na população brasileira em direção aos grupos evangélicos, sobretudo o crescimento do pentecostalismo, que atualmente representa 60% dos evangélicos declarados (22%), possivelmente está relacionada à “revisão da posição de apartamento da cultura e da política partidária brasileira [dos evangélicos] que predominou durante grande parte do século XX” (MACHADO, 2013, p. 50). A flexibilização dos usos e costumes, a adoção da teologia da prosperidade e a capacidade de selecionar e incorporar elementos da agenda política e de envolvimento na área de ação social, além dos investimentos crescentes em concessões de canais de televisão e de rádio e da estratégia de aproximação com partidos políticos, são aspectos ressaltados por pesquisadores para explicar a crescente presença de segmentos pentecostais entre a população brasileira (MACHADO, 2013, p. 50).

Ao mesmo tempo, os agentes do campo evangélico passaram a ocupar um espaço cada vez mais relevante na arena pública, assumindo posições que transcenderam os limites reservados para a exclusiva manifestação dos ritos religiosos, como os templos e as igrejas. Essa crescente presença dos grupos evangélicos pentecostais na sociedade produziu um acirramento na competição com a Igreja Católica, uma inserção junto aos movimentos sociais e um avanço de seus representantes no campo político com uma presença mais evidente de seus agentes em partidos políticos e nas disputas eleitorais.

Na política, esse fenômeno tomou corpo com a eleição de parlamentares evangélicos a partir da última metade do regime militar, avolumando-se no início da redemocratização, em 1985. A estratégia dos evangélicos de ocupar espaços na política partidária permitiu a eleição na Câmara Federal, em 2002, de 55 deputados (CAMPOS, 2008, p. 124). Com uma participação cada vez mais ativa no campo político, os evangélicos pentecostais e neopentecostais tornaram-se um grupo influente e com capacidade de interferir nas decisões políticas em favor de interesses corporativos ou na defesa de uma agenda moral relevante para suas doutrinas religiosas.

---

seguidas de Belo Horizonte, Manaus, Belém, Fortaleza, Recife, Curitiba, Goiânia e Brasília (JACOB; HEES; WANIEZ, 2013, p. 12).

Além disso, a estratégia de identificar os candidatos com as hierarquias das igrejas oferece uma condição peculiar de *pertencimento* desse candidato junto à comunidade de crentes e tende a ter forte reverberação junto a esse eleitorado, devido ao grau de identidade e confiança que essa condição estabelece (MACHADO, 2006, p. 34). Associado ao descrédito dos políticos chamados tradicionais, o ambiente tornou-se favorável para o surgimento de novos atores oriundos de movimentos sociais e grupos religiosos (MACHADO, 2006, p. 84).

Como consequência, tem sido crescente a presença de coletivos religiosos na Câmara Federal, como é o caso da Frente Parlamentar pela Vida, composta por políticos das mais variadas tradições religiosas e presentes nos mais variados partidos. A crescente presença de agentes do campo religioso nas disputas eleitorais e na atividade parlamentar vem tensionando definições de políticas públicas nos marcos da ideologia cristã. Levantamento do DIAP de 2010 aponta que 63 candidatos eleitos para o Congresso Nacional naquele ano estavam vinculados às igrejas evangélicas.

Os grupos desse segmento do cristianismo com maior representação na Câmara Federal são justamente os pentecostais que têm reagido de forma sistemática às mudanças na política de direitos humanos propostas, nos últimos dez anos, pelo governo federal com o intuito de ampliar a cidadania de setores femininos e homossexuais (MACHADO, 2013, p. 50).

O acirramento da competição entre grupos religiosos católicos e evangélicos pentecostais pelos espaços da política partidária levou esses atores a buscar novas tecnologias e utilizar os variados meios de comunicação (canais de televisão, emissoras de rádio, internet, sites para publicação de vídeos etc.) para mobilizar e conquistar seguidores, atualizando ferramentas comunicacionais de modo a ocupar diversos espaços informativos, inclusive com presença no ativismo cibernético:

Numa disputa por fiéis, que é ao mesmo tempo exógena e endógena, os grupos evangélicos acabaram por encontrar na via da política partidária uma forma de combater as prerrogativas históricas da Igreja Católica (no campo da educação, da saúde, da assistência social, na concessão dos meios de comunicação, etc.) e ampliar sua capacidade de influência na sociedade brasileira (MACHADO, 2012, p. 27).

Esse novo ambiente competitivo também produziu aproximações entre setores do campo religioso e grupos partidários que se expressaram nas eleições de 2010. A pesquisadora Maria das Dores Machado (2012) chama atenção para episódios que ocorreram de forma paralela na disputa presidencial: enquanto houve uma aproximação de grupos evangélicos e pentecostais ao PT e seus aliados, alguns setores progressistas da Igreja Católica migraram para o campo mais à esquerda do espectro político partidário, como foi o caso do candidato a presidente Plínio de Arruda Sampaio (PSOL), católico declarado e histórico militante da esquerda brasileira. Ao mesmo tempo, foi possível observar que alguns setores da hierarquia do catolicismo vinculados a Opus Dei, Defesa da Vida e Renovação Carismática, se associaram aos segmentos partidários tradicionais opositores do PT em campanhas eleitorais, como o PSDB. Esse contexto reforça os argumentos desse estudo de que o aborto foi uma temática utilizada na eleição de 2010 como instrumento da luta político-eleitoral. A confluência de interesses de grupos distintos, incluindo o campo da mídia tradicional, unificou posições, e, com isso, o aborto foi construído como tema central da cobertura jornalística no segundo turno.

### **2.1.2 A influência das posições das igrejas no debate sobre o aborto**

O ingresso da temática do aborto nas eleições de 2010 revela a presença da igreja como um ator influente no debate público e expressa sua capacidade para agir estrategicamente. A definição dessa agenda no debate eleitoral é, também, uma evidência das tensões e dos ajustes em torno de um interesse comum envolvendo atores de esferas distintas que permitiram o deslocamento da acirrada disputa em torno do que deveria ser a agenda central do segundo turno para um tema único. Isso organizou os agentes com acesso aos processos de produção de sentido (o campo jornalístico), dando visibilidade e relevância para o assunto de forma a orientar o debate em torno do discurso antiabortista.

A narrativa discursiva construída pela perspectiva da moral religiosa costuma resultar em constrangimentos formais às definições de políticas públicas que permitam enfrentar a prática clandestina do aborto e suas consequências à população feminina no Brasil. Instituições religiosas são recorrentes na condenação à descriminalização do aborto e costumam atuar intensamente no sentido de impedir qualquer medida em direção a uma legislação mais liberal, negando às

mulheres um princípio básico nas democracias liberais, que é o direito à autonomia e ao livre-arbítrio sobre seu corpo.

Sendo um princípio de posição doutrinária das igrejas, sua discussão pública costuma mobilizar as hierarquias religiosas no sentido de reafirmar posições de censura à prática. Apesar de o aborto ser um método conhecido desde as sociedades primevas, evidenciado por estudos antropológicos que comprovam tanto o reconhecimento da existência como a *possibilidade* de sua prática (BOLTANSKI, 2012, p. 208-209), é raro que a *realização* do ato seja *a priori* aceito publicamente, sendo objeto de reprovação social na maior parte dos grupos sociais. O contorno secreto, a proibição e a execração pública evidenciam a permanência de padrões de comportamento que ainda estruturam as sociedades modernas numa visão androcêntrica, em que as questões que envolvem o universo feminino permanecem afastadas da esfera pública, devendo ser tratadas em segredo e de forma “oculta”.

Quando o noticiário político restringe os limites para as controvérsias sobre o aborto, ao mesmo tempo que promove discursos que reafirmam perspectivas morais naturalizando posições dominantes e hierarquias de gênero, o campo jornalístico contribui para reforçar relações desiguais entre homens e mulheres, além de promover um estreitamento do leque de representações, estabelecendo barreiras e limites para uma pluralidade de posições presentes no mundo social (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 73). Os discursos socialmente hegemônicos são reproduzidos como portadores de valores “universais” e os contradiscursos são muitas vezes silenciados ou não se tornam públicos, a não ser como “estereótipos verbais” (MIGUEL; BIROLI, 2012, p. 69). O debate estereotipado ou mesmo a tímida presença dos movimentos feministas e de mulheres em defesa do direito ao aborto e de sua descriminalização na polêmica promovida nos meios de comunicação durante a cobertura eleitoral de 2010, em contraste com a grande presença de agentes do campo religioso e setores do campo político agindo como sujeitos definidores dos discursos e de posições dominantes contrárias ao aborto, são exemplos de uma narrativa construída pelo campo jornalístico legitimadora de constrangimentos estruturais de gênero.

O enquadramento dominante do aborto como questão moral permitiu o ativismo cristão nas eleições de 2010, marcado pela agressividade em relação aos adversários e pela confusão entre questões de fé e questões de direito – um potencial retrocesso no funcionamento de nossas instituições democráticas (MIGUEL; BIROLI, 2012, p. 20).

Embora seja tratado como um tabu, o aborto é tema presente na vida de grande contingente de mulheres. De acordo com a Pesquisa Nacional de Aborto (PNA), em um levantamento por amostragem de domicílios urbanos realizado em 2010, de um universo de 2002 mulheres que responderam ao questionário da pesquisa, 15% delas (296) relataram já ter realizado aborto ao menos uma vez, sendo a maioria na faixa etária dos 25 aos 39 (DINIZ; MEDEIROS, 2010, p. 962). Um aspecto interessante dos resultados revela que a religião não é fator limitador para a decisão de interromper a gestação. Dentre as 296 mulheres que declararam ter feito aborto não foi observada nenhuma diferença significativa entre os grupos religiosos: 15% delas declararam-se católica, 13% evangélica ou protestante, 16% de outras religiões e 18% declararam não ter religião. Os resultados em torno da internação pós-aborto coloca outra questão relevante. O levantamento aponta que das 296 mulheres que realizaram um aborto, 55% delas (164 mulheres) ficaram internadas por causa do procedimento. Ou seja, do total de 2002 mulheres entrevistadas na pesquisa, 8% delas teve que recorrer à internação hospitalar em virtude de complicações pós-aborto, o que demonstra a dimensão do problema de saúde pública para o Estado (DINIZ; MEDEIROS, 2010, p. 964).

Apesar desses dados, as controvérsias públicas costumam ser organizadas pela perspectiva religiosa. A ênfase moralista pode produzir retrocessos não apenas em conquistas históricas ligadas aos direitos individuais, mas também nos avanços produzidos por pesquisas científicas que beneficiam toda a humanidade. Grupos religiosos que agem contra a descriminalização do aborto são, em muitos casos, também contrários à pesquisa com células-tronco para o emprego na cura de diversas doenças<sup>13</sup>.

Nas democracias liberais, onde os interesses conflitantes na sociedade devem se expressar, a influência de grupos religiosos nas decisões políticas produz inevitáveis tensões com setores laicos da sociedade. No entanto, a forma como as polêmicas em torno do aborto costumam ser retratadas publicamente demonstra que o espaço para as vocalizações das controvérsias é desigual e desfavorável àquelas vozes que defendem uma nova legislação sobre o direito ao aborto. Os dispositivos de seleção da mídia e a reprodução de um conjunto restrito de discursos produzem impacto na forma como o público dá atenção ao tema. Quando assume contornos públicos,

---

<sup>13</sup> <http://noticias.cancaonova.com/cnbb-reafirma-posicao-sobre-celulas-tronco-e-aborto/>



geralmente, é retratado a partir de ênfases morais que reproduzem relações de subordinação das mulheres às regras definidas pelos homens, quando não são reforçadas pelo aspecto criminal.

No Brasil, a regulamentação legal do aborto permanece sendo a de 1940, que autoriza a interrupção voluntária da gravidez somente em caso de risco de morte à gestante ou em caso de estupro. Desde abril de 2012, o STF também autorizou o aborto de fetos anencéfalos. Em qualquer outra situação, o aborto é considerado crime previsto nos artigos 124, 125 e 126 do Código Penal, com pena de um a três anos de prisão. Em situações em que a discussão torna-se “aceitável”, é porque a abordagem trata o tema como um caso de saúde pública.

Apesar da laicidade do Estado brasileiro, o fato de 89% da população declarar-se vinculada a alguma crença evidencia que a opinião e os posicionamentos políticos das igrejas causam impacto na esfera política. A luta em defesa do aborto ou da livre orientação sexual, defendida por movimentos de mulheres e de direitos humanos e grupos LGBTT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis e Transexuais), costuma provocar a reação do “ativismo político-religioso” de grupos conservadores no sentido de promover ações que impeçam conquistas formais e legais. No plano legislativo, o Congresso Nacional é o espaço onde tramitam diversas propostas de revisão sobre o aborto. Há desde a tentativa de mudar o artigo 5º da Constituição Federal, acrescentando à frase “direito à vida” a expressão “desde a concepção” (ALDANA, 2008, p. 639), até projeto que pretende tornar obrigatório o registro de toda gravidez, detectada em hospitais ou postos de saúde (MIGUEL, 2012, p. 663), como é o caso do projeto de lei 478/07, chamado de “Estatuto do Nascituro”, em tramitação no Congresso Nacional. O texto prevê o pagamento de uma pensão, no valor de um salário mínimo, às crianças que nascerem fruto de violência sexual<sup>14</sup>.

Diante do predomínio das posições religiosas no debate público contra qualquer alteração na lei em direção à descriminalização, partidos oriundos de um espectro social mais progressista adotaram uma postura pragmática sobre o tema e foram mudando os posicionamentos apresentados nos Programas de Governo a cada campanha eleitoral, a partir de 1985. Essas

---

<sup>14</sup> No dia 5 de junho de 13, a Comissão de Finanças e Tributação da Câmara Federal aprovou um substitutivo ao projeto de lei 478/2007, que estabelece o Estatuto do Nascituro. Nesse substitutivo, há a inclusão do pagamento de pensão alimentícia, equivalente a um salário mínimo, às crianças concebidas por violência sexual. O projeto é amplamente combatido por defensores dos direitos das mulheres pelo entendimento de que representa um retrocesso, uma vez que obriga a mulher a uma condição de dupla violência: além da violência física a que foi submetida, a mantém em contato com o estupro, mesmo que indiretamente, ao definir o pagamento da pensão (chamada de “bolsa estupro”), criando uma situação de “justificativa” para o crime. Além disso, ativistas consideram que o PL e o substitutivo criam condições para alterar a legislação atual e criminalizar o aborto num dos casos em que o aborto legal já são previstos em lei (o estupro). Ver Brasil (2013).

mudanças podem evidenciar o crescimento de um perfil de eleitor moralmente mais conservador. Em 1989, por exemplo, o PT e o PV, expressavam em seus programas de governo serem favoráveis à descriminalização do aborto e à ampliação dos direitos da mulher para decidir sobre a maternidade e a ampliação dos casos permitidos para a interrupção da gravidez. Em 1998, o PSDB não trata diretamente sobre o aborto (nem o programa do PT), mas defende a ampliação do planejamento familiar de forma a reduzir casos de gravidez na adolescência. Em 2002, a saúde reprodutiva da mulher recebe destaque no programa do PT, que defende em sua proposta de governo a autonomia da mulher sobre seu corpo e sua saúde, presente no documento “Compromisso com as mulheres”, dentro das diretrizes de governo do candidato Lula. Nesse mesmo ano, o PSDB seguia mantendo sua postura de não considerar proposta específica para o aborto em seu programa. Em 2006, Geraldo Alckmin e Lula disputam a eleição em meio ao intenso debate sobre corrupção e mensalão, e o aborto não entra como tema do debate eleitoral (SAIBA, 2010). Em 2010, o tema é destaque no segundo turno, porém, somente os candidatos localizados no espectro mais à esquerda do leque partidário brasileiro, como Plínio de Arruda Sampaio (PSOL), José Maria (PSTU), Ivan Pinheiro (PCB) e Rui Pimenta (PCO), mantiveram suas posições tradicionais em favor da descriminalização do aborto. Já os candidatos José Serra (PSDB), Marina Silva (PV) e Dilma Rousseff (PT) posicionaram-se de forma contrária<sup>15</sup>.

A condenação da prática do aborto apoia-se na tradição cristã, sustentada no princípio da “sacralidade da vida humana” e na utilização de um discurso científico-jurídico, a condição de “pessoa” do embrião (NUNES, 2012, p. 24). A esses dois preceitos básicos integram-se outros argumentos de ordem moral e biológica. Quando essas orientações tornam-se dominantes no debate público, a abordagem tende a ser restritiva no que tange à pluralidade das opiniões. Um exemplo disso foi o amplo destaque da campanha da fraternidade da Igreja Católica realizada em 2008, tendo como slogan a “defesa da vida” (ver RIBEIRO, 2008). Nessa campanha, a CNBB propagava que “assassinato e aborto” estavam na mesma categoria, assim como a eutanásia e as pesquisas com embriões humanos, consideradas práticas “contrárias à vida”.

Em franca minoria no espaço público, o discurso em defesa do direito ao aborto passa a ser interpretado com o estereótipo de “vozes assassinas”. São vozes estigmatizadas e deslegitimadas, quando não silenciadas, no debate público. Alguns argumentos expressos pelos

---

<sup>15</sup> Site do G1 publica uma síntese das declarações dos principais candidatos expressas em debates ou entrevistas sobre a descriminalização do aborto, depois que o assunto tornou-se um dos principais temas da campanha no segundo turno (SAIBA, 2010).

religiosos são naturalizados, como os que se concentram na ideia de que: “a vida é um bem inalienável, não sendo propriedade particular de alguém”; “a vida pertence a Deus; a igreja defende a vida desde sua concepção”; “o direito da mulher está sendo muito defendido. E quem defenderá o direito do feto, indefeso?”. Nesse discurso, por exemplo, há uma inferência à presença do Estado como necessário para “defender a vida do feto”.

A retórica antiaborto em “defesa da vida” constrói a “autonomização do feto” (LUNA, 2009, p. 309). A partir desse argumento, há uma separação explícita do feto em relação à gestante e a perda de controle da mulher sobre o seu corpo, tornando-se um mero “receptáculo”, uma incubadora passiva<sup>16</sup>.

O corpo das mulheres, especificamente seu útero, será o campo de batalha em que toda a sociedade entra para defendê-lo [o feto] e cada mulher enfrentará este exército que a invade para impor-lhe a maternidade e negar-lhe sua capacidade de agente moral com capacidade de tomar as decisões sobre sua vida (ALDANA, 2008, p. 642).

Esse discurso situado gera, também, um constrangimento em agentes governamentais que, temerosos de perder a base de apoio dos parlamentares religiosos no Congresso, acabam promovendo recuos em políticas públicas vigentes (ver FABRINI; FORMENTI, 2013). A visão jurídica que entende o direito individual como “o direito à vida” tem sido utilizada como retórica argumentativa por aqueles contrários ao direito de a mulher, como indivíduo, decidir sobre seu corpo. Há uma intrínseca relação desse pensamento com a doutrina oficial da Igreja Católica (ALDANA, 2008, p. 642). A retórica polarizada em geral é acompanhada de um agressivo simbolismo como parte das estratégias utilizadas para o convencimento público. O uso da imagem e da “estética do grotesco”, com cenas manipuladas, além de cenas de fetos mutilados (LUNA, 2012, p. 31), transforma-se num recurso autoritário de convencimento.

Discutir o direito ao aborto é trazer à tona aspectos que enfrentam o problema dos indivíduos situados de forma desigual nas democracias modernas. Abordagens feministas procuram demonstrar que os direitos formalmente iguais não significam, efetivamente, acesso

---

<sup>16</sup> Merece registro a posição do Conselho Federal de Medicina, que em março de 2013 defendeu a liberação do aborto para três novas situações: gravidez por emprego não consentido de técnica de reprodução assistida, anencefalia ou feto com graves e incuráveis anomalias, atestado por dois médicos; e por vontade da gestante até a 12ª semana de gestação, quando o médico constatar que a mulher não apresenta condições psicológicas para a maternidade. A atitude foi condenada por segmentos religiosos, mas foi um posicionamento dissonante das vozes contrárias ao aborto, que tiveram presença dominante no noticiário sobre o tema. Ver CFM (2013).

igual a recursos materiais e simbólicos expondo os limites e os equívocos do liberalismo em sua retórica de “igualdade” jurídica e política para todos os indivíduos. “As relações de poder são expressas em formas legitimadas de autoridade. [...] As desigualdades e a opressão são obstáculos concretos à livre-escolha dos indivíduos” (BIROLI, 2013a, p. 89).

## **2.2 A trajetória de luta feminista pelo reconhecimento da temática das mulheres**

A luta das mulheres por seus direitos vem de uma longa trajetória que nasce nos movimentos emancipatórios a partir do século XVIII com o advento das ideias liberais do Iluminismo e das grandes revoluções francesa e industrial. É no contexto dessas transformações sociais que toma força o movimento pela emancipação das mulheres, pelo direito à educação, ao voto livre e ao trabalho remunerado e que se origina o movimento feminista, a partir do século XIX. De forma geral, esse movimento costuma ser dividido em três fases. A primeira, delimitada entre o final do século XIX e o início do século XX, buscava o reconhecimento civil da mulher como indivíduo igual (e não inferior) aos homens. Questões como o sufrágio universal e o direito à educação e ao trabalho remunerado foram conquistas da primeira fase, sobretudo no período final do século XIX e início do século XX. É o período que marca a incorporação da mulher como sujeito portador de direitos políticos (votar e ser votada), embora essa conquista não tenha alterado a posição de poder entre homens e mulheres, ou seja, não eliminou as assimetrias e o domínio masculino nas relações de gênero (PINTO, 2003, p. 14).

A segunda fase, já na década de 1960, discutia as desigualdades de gênero e culturais e reivindicava igualdade no direito à sexualidade e à vida em sociedade, questionando a opressão imposta às mulheres a partir da divisão entre o público e o privado. Já a terceira etapa, a partir da década de 1980, busca aprofundar a dualidade público-privado, questionando papéis sociais impostos por uma divisão sexual do trabalho e das relações entre homens e mulheres, além de trazer à tona para o debate político temas como a individualidade, a autonomia e as diferenças culturais, étnicas, econômicas e religiosas, num aprofundamento dos debates sobre a condição de subalternidade do feminino. O debate feminista vem produzindo contribuições importantes para o ordenamento da vida em sociedade, contribuindo para importantes avanços na prática democrática, uma vez que procura refletir e provocar transformações políticas sobre temas como a desigualdade de gênero, sem esquecer que essa desigualdade atravessa questões de classe e culturais.

O debate teórico feminista tem revelado, também, como se processam as diversas formas de dominação e opressão, ao discutir o direito à identidade e à representatividade de grupos socialmente sub-representados, seja por sua orientação sexual, etnia, classe, cor ou religião. Veremos a seguir que a discussão sobre a sexualidade e o direito das mulheres sobre seu corpo vem propiciando uma crítica ao modelo liberal e a seus ideais de universalidade e igualdade, uma vez que a dualidade entre o público e o privado permite expor as assimetrias nas relações de gênero, que reforçam valores de subordinação e dependência das mulheres e limitam a afirmação da individualidade e de relações horizontais entre homens e mulheres no mundo público ou privado.

### **2.2.1 O debate feminista no Brasil e a temática do aborto**

No Brasil, o movimento em defesa dos direitos das mulheres teve início com as lutas por direitos políticos e civis de a mulher votar e ser votada, o que se concretizou somente em 1932 (PINTO, 2003, p. 10). Da luta inicial pelo direito à cidadania, passando pelo combate à ditadura até chegar aos debates da Constituição de 1988, o feminismo no Brasil enfrentou tensões entre as lutas específicas das mulheres pela transformação nas relações de gênero e as lutas contra as desigualdades sociais. Nesse contexto, alguns grupos de esquerda entendiam o feminismo como uma “luta menor” diante da luta de classes ou da luta pela democracia (PINTO, 2003, p. 58). Tal discussão permeava o próprio movimento, que se dividia entre aqueles que entendiam como o foco da luta feminista questões como sexualidade, o corpo e o direito ao aborto e, de outro lado, os grupos que viam nessas lutas “problemáticas burguesas”, fundamentadas pelo entendimento de que a dominação de gênero era resultado de uma “dominação maior”, ou seja, a dominação capitalista e a exploração de classe.

Em que pesem as controvérsias existentes entre as diversas correntes, o aprofundamento das reflexões feministas gerou grandes contribuições para o avanço teórico sobre o sujeito feminino. Portanto, a produção teórica feminista tem contribuído para desnaturalizar categorias e instituições sociais como a família, a escola e a igreja, que historicamente procuram “eternizar” as estruturas de dominação masculina<sup>17</sup>. Tais reflexões permitiram uma análise histórica sobre as

---

<sup>17</sup> Em seu estudo sobre “a dominação masculina”, Pierre Bourdieu (2005, p. 46) analisa as categorias construídas com a perspectiva dos dominantes que são absorvidas pelos dominados, de forma a naturalizar essa relação desigual. A abordagem de Bourdieu nesse trabalho auxilia a compreender o papel da Igreja, da família, da escola e do Estado

bases da dominação das mulheres pelos homens a partir da origem da propriedade privada, da família monogâmica e patriarcal e da divisão sexual do trabalho com o homem-provedor e atuante na vida pública e a mulher, responsável pelos cuidados domésticos, com a criação dos filhos, vinculada ao mundo privado (ANDRADE, 2009, p. 160)<sup>18</sup>:

[...] o debate feminista apresenta posições que vão da aceitação de premissas centrais do liberalismo, defendendo a participação na política democrática em seu entendimento mais restrito, a posições que questionam frontalmente as distinções entre esferas pública e privada. Nestas últimas, está presente, de diferentes formas, o entendimento de que a institucionalidade vigente é uma expressão das formas de dominação ativas e garante a permanência das estruturas sociais que produzem e naturalizam a subordinação das mulheres (MIGUEL; BIROLI, 2009, p. 15).

Para além das circunstâncias específicas do debate eleitoral de 2010, que serão objeto de aprofundamento na segunda parte deste estudo, tratar o direito ao aborto envolve uma reflexão sobre a igualdade de direitos entre homens e mulheres numa sociedade democrática. A proibição do aborto nos dias atuais expõe um aspecto central para o debate político vinculado ao direito à autonomia, condição elementar do indivíduo, base da tradição liberal moderna. Posições contrárias ou favoráveis à descriminalização do aborto existem em variados espectros das correntes políticas: nem todos os grupos vinculados aos movimentos seculares e não religiosos são favoráveis à prática, assim como nem todos os grupos do campo religioso são contrários a ela. O caso do movimento Católicas pelo Direito de Decidir é um exemplo<sup>19</sup>.

No entanto, a discussão em torno do aborto, constrangida por aspectos morais, produz uma “grave assimetria, impondo às mulheres limitações sobre seu corpo que os homens não sofrem” (MIGUEL, 2012, p. 662). O tema revela a restrição política do princípio da liberdade

---

nas sociedades: como estruturas que contribuem num trabalho incessante (e, por isso, histórico) para a reprodução das relações de dominação sobre as mulheres. No entanto, teóricos feministas apontam que a visão expressa por Bourdieu apresenta limites ao deixar implícita a inevitabilidade da dominação, não reconhecendo as transformações que as próprias mulheres conquistaram ao enfrentar e questionar representações sociais hegemônicas e estruturais das sociedades liberais contemporâneas. Entre essas autoras citamos Carole Pateman, Nancy Fraser e Iris Marion Young.

<sup>18</sup> O clássico livro *A origem da família, da propriedade e do Estado*, de Friederich Engels, é uma referência importante para análises críticas posteriores e mais aprofundadas sobre o surgimento da propriedade privada e as instituições que estabeleceram as condições para a dominação e opressão da mulher.

<sup>19</sup> Conforme consta no site oficial do movimento, a organização Católicas pelo Direito de Decidir foi “fundada no Brasil em 8 de março de 1993, sendo uma organização não governamental feminista. Busca a justiça social, o diálogo inter-religioso e a mudança dos padrões culturais e religiosos que cerceiam a autonomia e a liberdade das mulheres, especialmente no exercício da sexualidade e da reprodução”. O site pode ser acessado pelo endereço <http://www.catolicasonline.org.br/institucional>.

civil às mulheres, submetendo-as, na verdade, às imposições do direito patriarcal (PATEMAN, 1993, p. 12). O pouco avanço da luta pela legalização do aborto no Brasil evidencia o problema da subordinação das leis à doutrina patriarcal e aos valores religiosos ainda dominantes no campo jurídico e político, em que “a liberdade civil não é universal, mas um atributo masculino e dependente do direito patriarcal” (PATEMAN, 1993, p. 17).

### **2.2.2 A temática do aborto e as contribuições do debate feminista para enfrentar as desigualdades de gênero**

Em seu estudo clássico *O contrato sexual* (1993), Carole Pateman analisa a presença da dominação masculina nas sociedades liberais modernas sob a perspectiva das teorias contratualistas, especialmente sob a perspectiva do Contrato Social, de Jean-Jacques Rousseau. A autora identifica um lado “oculto” que se revela a partir da análise da ótica sexual. Ao celebrar contratos e acordos considerando somente os homens como capazes de decidir voluntariamente a troca da liberdade e da insegurança da vida natural pela liberdade civil salvaguardada pelo Estado, os teóricos excluíram as mulheres da possibilidade de escolha e de tomada de decisão. Assim, o contrato original cria a liberdade e a dominação ao mesmo tempo – ou seja, a liberdade do homem e a dominação da mulher pelo homem, evidenciada através do direito patriarcal e, posteriormente, através do direito conjugal, a partir do contrato de casamento, em que o homem exerce o “direito sexual masculino” na forma contratual moderna (PATEMAN, 1993, p. 16-18).

O liberalismo como doutrina que se origina nas teorias contratualistas se estabelece a partir de um “ato voluntário original” em que todos tomariam parte como iguais, consentindo, voluntariamente, em viver sob as normas e obrigações políticas determinadas por uma nova autoridade legítima, o Estado, dando origem à sociedade civil moderna. No entanto, a liberdade civil propagada pelo contrato original é um atributo masculino, porque a gênese desse direito político está no “direito patriarcal”.

A questão essencial, que é omitida, refere-se ao fato de os homens primitivos serem diferenciados sexualmente e, para todos os outros clássicos (com exceção de Hobbes) as diferenças de racionalidade derivam de diferenças sexuais naturais. [...] Somente os seres masculinos são dotados de capacidades e dos atributos necessários para participar dos contratos, dentro os quais o mais

importante é a posse da propriedade em suas pessoas; quer dizer, somente os homens são indivíduos (PATEMAN, 1993, p. 21).

Pateman sustenta que uma das vantagens na análise do patriarcado através da história do contrato sexual é mostrar que a sociedade civil, inclusive a economia capitalista, tem uma estrutura patriarcal: “As aptidões que permitem aos homens, mas não às mulheres, serem ‘trabalhadores’ são as mesmas capacidades masculinas exigidas para ser um ‘indivíduo’, um marido, um chefe de família” (PATEMAN, 1993, p. 63). A preocupação da autora é “iluminar a estrutura atual das principais instituições sociais” ao demonstrar que há um elemento dominante na base constituinte dessas estruturas e instituições modernas fundamentadas numa visão patriarcal que orienta a vida social, estabelecida pela dicotomia entre duas esferas: a pública, onde se estabelece a liberdade civil, e a privada, onde o contrato matrimonial acontece e considerada politicamente pouco relevante (PATEMAN, 1993, p. 18).

Nessa visão, a cultura patriarcal orienta uma visão de dominação sexual para a diferença entre homens e mulheres, em que o masculino é dominante e o feminino, dominado. Ou seja, a “aceitação” prevista no contrato social da sujeição de um indivíduo ao comando de outro, que caracterizaria as sociedades liberais até a atualidade, é incorporada nas relações entre homens e mulheres como uma relação “original” de dominação masculina e sujeição da mulher. Pateman argumenta que no mundo moderno essa sujeição senhor/serva ou dominador/dominada se sustenta num “patriarcado fraternal”, organizado a partir do consentimento para o exercício do poder não apenas do pai, mas do homem sobre a mulher. Esse contrato se realizaria tanto no trabalho como no casamento ou ainda num tipo de contrato sexual, como a prostituição. Sendo assim, o “ser mulher” definiria alguém sexualmente sujeito a outrem, do sexo masculino, inevitavelmente.

Numa outra perspectiva analítica, a pesquisadora Nancy Fraser (2013) estabelece um contraponto ao modelo senhor/serva apresentado por Pateman para explicar a dominação e analisar as desigualdades de gênero presentes nas sociedades capitalistas modernas. Em sua crítica, Fraser entende que o modelo senhor/serva não é suficiente para comportar adequadamente sentidos culturais contemporâneos da diferença sexual, pois obscurece processos estruturais ou sistêmicos que fundamentam e sustentam outros mecanismos de hierarquias de gênero que podem não ser construídos a partir da vontade impositiva de um superior, mas de processos em que as ações de muitas pessoas são mediadas de forma abstrata ou impessoal e não diretamente a partir da sujeição da mulher ao comando de um homem individual (FRASER, 2013, p. 253).



Fraser argumenta que a concepção de Pateman sobre o contrato sexual é um importante modelo simbólico que analisa a cultura patriarcal. No entanto, esse modelo deve dialogar com outras reflexões que buscam compreender as relações de poder e dominação presentes nas sociedades modernas. Ao analisar as relações homem/mulher no casamento, por exemplo, Fraser expõe algumas limitações para o argumento do “poder dos maridos sobre as esposas, hoje” visto somente pela ótica do contrato senhor/serva.

Fraser se associa às reflexões propostas por Susan Okin (2008) segundo as quais limitações estruturais causadas por relações assimétricas no casamento resultam em vulnerabilidades sociais. Okin acrescenta em sua análise questões como a responsabilidade tradicional de criação dos filhos e cuidados domésticos, que colocam as mulheres em situação desfavorável, resultando numa desigualdade econômica que reforça o poder assimétrico e hierárquico na família. Dessa forma, a vulnerabilidade das mulheres é reforçada no casamento, uma vez que elas não dispõem das mesmas condições dos maridos para disputar o mercado de trabalho. Isso as fragiliza ao longo do tempo, pois amplia a diferença na capacidade de ganhar seu próprio sustento e, assim, elas tornam-se mais vulneráveis no momento de uma separação ou divórcio (FRASER, 2013, p. 254). Okin argumenta que as desigualdades entre homens e mulheres no mundo do trabalho e da política estão relacionadas às desigualdades no interior da família, num ciclo causal de mão dupla (OKIN, 2008, 314).

Na interpretação de Fraser, os argumentos de Okin permitem observar “o contexto institucional mais amplo em que ela [a mulher] está situada” (FRASER, 2013, p. 255). Ao ampliar o contexto de análise, percebem-se outros aspectos mais abrangentes envolvendo as relações de poder no interior do casamento e não somente o recurso utilizado por Pateman da dominação pelo “direito sexual masculino”. Além da própria questão conjugal entre homem/mulher, existe um ambiente social mais amplo onde o casamento está situado. No modelo jurídico estadunidense, base da reflexão de Fraser, o que está posto na atualidade é uma compreensão do casamento mais como uma instituição de parceria desigual e menos como uma relação de dominação entre senhor/serva (FRASER, 2013, p. 255).

Fraser considera importante o estudo apresentado em *O contrato sexual* para perceber as relações de poder, mas crê que é insuficiente para dar conta de analisar os mecanismos sociais da dominação masculina nas sociedades de capitalismo tardio (FRASER, 1997, p. 234). Para a autora, o modelo de análise contemporânea sobre a dominação masculina envolvendo sexo e

gênero, proposto por Pateman, não deve ser visto de forma absolutista, mas como um entre outros pontos de partida para interpretar os elementos que constituem a dominação masculina nos dias de hoje.

A desigualdade de gênero está sendo transformada por uma mudança da relação dual entre dominação e sujeição por mecanismos estruturais mais impessoais que são vividos através de formas culturais mais fluidas. Uma consequência é a (re)produção da subordinação mesmo em mulheres que ajam como indivíduos que não estão sob o comando direto de um homem individual [marido, patrão, protetor – complementos da autora]. (FRASER, 1997, p. 234-235).

As relações de gênero se evidenciam como relações de poder. No entanto, o mundo contemporâneo é de intensa contestação em relação a gênero, sexualidade e diferença sexual e não deve ser interpretado de forma monoliticamente patriarcal (FRASER, 2013, p. 262). Ou seja, a desigualdade de gênero, hoje, deve ser observada num contexto onde novas formas de dominação se expressam. Por essa razão, as relações devem ser analisadas dentro da realidade social e cultural em que estão situadas historicamente e, a partir dessa compreensão, deve-se identificar quais elementos funcionam como justificativa para as desigualdades construídas (COULOURIS, 2004, p. 62).

Nesse sentido, o debate teórico feminista vem oferecendo importantes contribuições para o debate sobre igualdade de gênero, autonomia e justiça nas democracias modernas. O desafio está em revelar os estereótipos e os mecanismos, simbólicos ou não, que ainda persistem e reproduzem situações de dominação masculina. Quando o pensamento dominante se expressa como medida a ser aplicada nas relações de poder, incorporando e naturalizando posições que correspondem a desvantagens hierárquicas e padrões de opressão ao outro, temos um dos principais efeitos da dominação, ou seja, a incorporação da lógica do dominador como princípio de reconhecimento da posição no mundo sobre o dominado, e do mundo tal como vivenciado a partir dessa posição (BOURDIEU *apud* BIROLI, 2013, p. 84).

Na perspectiva de gênero, a compreensão sobre a posição no mundo oferece aos homens valores, comportamentos, instituições e posições diferenciadas em relação às mulheres. É nesse ponto que se expressa um dos efeitos da dominação, mesmo sem a personificação da relação dominador/dominado: é a introjeção do pensamento do dominador, em que o indivíduo naturaliza constrangimentos estruturais sistemáticos nas relações de gênero, naturalizando características,

posições sociais e capacidades “não naturais” (BOURDIEU, 2005, p. 32). Sendo assim, a compreensão do mundo a partir da posição ocupada, na perspectiva masculina, por exemplo, embora ainda seja uma construção arbitrária, coincide com uma posição em que os homens são *sujeitos* desse universo construído e as mulheres, ao contrário, estão privadas de um *self* autônomo (MACKINNON *apud* BIROLI, 2013, p. 85).

Essas formas de opressão cotidianas interferem na produção de preferências e nas escolhas autônomas e podem não estar necessariamente vinculadas à restrição de liberdade, coerção ou controle direto de um homem sobre uma mulher, como já foi referido. Contudo, essas formas de dominação simbólica não devem ser consideradas de modo determinista, uma vez que os indivíduos reagem à opressão, ressignificam suas experiências pessoais e mudam de comportamento. Existem fissuras na dominação que estabelecem a possibilidade de redefinir as experiências e identidades das mulheres transpondo uma condição de opressão em direção à consciência e à busca de sua própria posição no mundo. Mesmo que consideremos os argumentos de Bourdieu no aspecto específico de que as mulheres podem incorporar a perspectiva da dominação masculina pela reprodução de preconceitos, estereótipos, tradições culturais e religiosas através de um trabalho incessante de instituições como as igrejas, a família e a escola, não é possível desconsiderar a história de lutas e de conquistas das mulheres. São essas lutas cotidianas que vêm produzindo importantes transformações, sobretudo no que diz respeito aos papéis de gênero tradicionais e a ampliação do acesso a novas posições no mundo do trabalho, na política e, também, na sexualidade (BIROLI, 2013, p. 28).

Ao mesmo tempo em que a própria definição de mulher é vista como um efeito da dominação, as experiências coletivas e compartilhadas pelas mulheres permitem avançar em direção a uma definição distinta, deslocando os efeitos simbólicos da opressão. O compartilhamento das experiências é a base para a ressignificação das identidades das mulheres e das relações de gênero (BIROLI, 2013, p. 85).

O impacto de formas cotidianas de opressão na produção das preferências, mesmo sem a existência de coerção ou limitação à liberdade impostas por um homem são aspectos relevantes para uma reflexão sobre as variáveis que interferem na autodeterminação das mulheres e nas condições para o exercício autônomo de sua vontade. A capacidade de tomar decisões sobre questões relevantes para a direção da própria vida só pode ser entendida tendo em mente quais são os constrangimentos estruturais e quais são os recursos materiais e simbólicos disponíveis

para que os indivíduos definam sua vida. É preciso que as escolhas estejam social, política e economicamente ao alcance (OSHANA *apud* BIROLI, 2013, p. 43) para o exercício da autonomia. Percepções individuais podem ser resultantes de formas de opressão “que mobilizam e naturalizam valores que, mesmo sendo desvantajosos e coloquem os indivíduos em posições de subordinação, estão na base de suas identidades” (BIROLI, 2013, p. 83). No entanto, é preciso reforçar que as reflexões provocadas pela teoria feminista, algumas delas expressas neste capítulo, demonstram que a dominação não é totalizante nas experiências dos indivíduos (BIROLI, 2013, p. 101).

A questão aqui é compreender quais perspectivas efetivamente contribuem para a produção das condições materiais e simbólicas que permitam o exercício autônomo das escolhas individuais e superem padrões e arranjos que naturalizam modelos hierárquicos orientados por mecanismos de opressão ou dominação (BIROLI, 2013, p. 45). Esse aspecto traz à tona a discussão sobre as preferências aprendidas ou adaptativas. Nesse caso, a escolha de um indivíduo está fundamentada naquilo que “parece possível” e se realiza a partir do que “parece ser o leque de alternativas disponíveis” (PHILIPS *apud* BIROLI 2013, p. 46).

No entanto, os limites entre preferências próprias e preferências adaptativas se confundem a partir da vida em sociedade, em que as ambiguidades e contradições estão presentes no dia a dia. A autodeterminação individual é sempre *diferenciadamente imperfeita* em relação ao ideal normativo da autodireção e autodeterminação, porque: a) os indivíduos não são efetivamente iguais, e a universalização de direitos convive com formas de dominação, exploração e opressão que definem as possibilidades, as ambições e as escolhas disponíveis para os indivíduos; e b) existem filtros organizados em torno de preconceitos, estereótipos e tradições culturais e religiosas que colaboram para o desenvolvimento diferenciado das escolhas autônomas (BIROLI, 2013, p. 49).

Esses dois aspectos são importantes para compreender que a *imperfeição* na autodeterminação é resultado da própria socialização e das questões interiores subjetivas de cada pessoa e como essas contradições muitas vezes se expressam a partir das relações de poder e das experiências e posições no mundo vivenciadas pelo indivíduo. Além disso, os aspectos referidos acima auxiliam, também, a compreender que, de um lado, a produção das preferências e dos interesses está vinculada “ao contexto em que a preferência é expressa, às regras legais existentes, escolhas passadas de consumo e à cultura em geral” (SUNSTEIN *apud* BIROLI, 2013, p. 49) e, por outro, a formas de socialização que internalizam os mecanismos de opressão e

reproduzem a subordinação, mesmo quando as mulheres não estão subordinadas diretamente a um homem.

A manutenção da autonomia como horizonte normativo requer o enfrentamento crítico do problema da internalização da dominação juntamente com o dos recursos, materiais e simbólicos, disponíveis para que o exercício da autodeterminação seja possível. [...] O reconhecimento da complexidade dos processos de produção das preferências e do contexto em que se definem as escolhas feitas pelos indivíduos é, assim, fundamental para as críticas às desigualdades (BIROLI, 2013a, p. 52-53).

Essas discussões são contribuições relevantes para a prática democrática nas sociedades contemporâneas, pois auxiliam a compreensão sobre como se definem as identidades e as preferências e revelam as possibilidades de ruptura com as diversas formas de dominação, opressão e desigualdades ainda existentes que constroem as mulheres na tomada de decisões relevantes para suas vidas e sua sexualidade:

A crítica aos valores universais traz como contraponto [...] as perspectivas das mulheres [...]. Por isso é tão importante, para essas análises, explicitar que a dominação não totaliza as experiências – ou pelo menos, que há a possibilidade de conhecê-las de outro modo ao considerá-las como experiências compartilhadas por um grupo social. Mas esta constatação de que houve e há obstáculos para que a perspectiva das mulheres se afirme está presente, também, na consideração de que as identidades assim constituídas tendem a reproduzir padrões convencionais, que, por sua vez, justificam o status quo e as posições hierarquizadas que os indivíduos nele ocupam. [...] o reconhecimento de que formas efetivas de opressão convivem com direitos universais, restringindo as experiências e escolhas de parte dos indivíduos, é elevado, pela teoria política feminista a problema prioritário para as teorias críticas. [...] A dominação não totaliza as experiências dos indivíduos e que, portanto, há formas de ação e de autoidentificação que são, de certo modo, distintas dos padrões convencionalmente dispostos (BIROLI, 2013, p. 100-101).

No cerne do debate sobre as liberdades individuais para as mulheres está a crítica às categorias do pensamento político, do direito e da formação das instituições no modelo liberal, responsável pela organização de estruturas historicamente definidas na perspectiva masculina que desprezou as mulheres enquanto indivíduos com capacidade e direito ao livre-arbítrio sobre si. O liberalismo patriarcal, explicitado por Pateman em sua análise, demonstra que a universalidade liberal exclui pessoas, sendo incapaz de incorporar os indivíduos marcados pela diferença definida por padrões de normalidade e moralidade burguesas que reproduzem formas de

dominação e opressão (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 83). A universalidade da liberdade civil no liberalismo, portanto, está organizada em torno de atributos masculinos.

### **2.2.3 O O debate sobre o aborto e a privacidade como um direito à identidade e à autonomia**

A diferença social de gênero é uma diferença politicamente construída. Os sujeitos sociais são homens e mulheres definidos pelas hierarquias de gênero, mas também por classe, etnia, religião, idade e nacionalidade. Diferentes experiências e posições sociais podem definir formas de opressão e dominação e produzir experiências e compreensões sociais diferenciadas. Para estabelecer uma relação de justiça, é preciso compreender que pessoas diferentemente posicionadas nas estruturas sociais têm diferentes experiências e vivenciam seus posicionamentos com aqueles que possuem afinidades nessa perspectiva de olhar os processos sociais (YOUNG, 2006, p. 162-163).

Sendo assim, as experiências vividas a partir das interações sociais entre indivíduos de posicionamentos sociais semelhantes auxiliam a identificar e, muitas vezes, a enfrentar e transformar valores, constrangimentos e instituições que naturalizam formas de opressão e dominação. O debate teórico feminista sobre igualdade e diferença, direitos individuais e identidades de grupo vem construindo políticas afirmativas no sentido de identificar as relações de poder e como as desigualdades de gênero são resultado de um comportamento construído através de normas impostas por doutrinas religiosas, educacionais e jurídicas, constituídas no interior das relações sociais e de poder (COULOURIS, 2004, p. 66-67).

É nesse contexto que o debate sobre o aborto deve ser encarado. Tratado muitas vezes como um assunto hierarquicamente inferior no debate político, o direito ao aborto envolve aspectos cruciais vinculados ao direito à igualdade entre indivíduos em democracias ocidentais. Além disso, o debate sobre o direito das mulheres ao aborto revela as contradições do discurso liberal sobre igualdade entre os cidadãos, em que o cerceamento do direito de decidir individualmente demonstra que a autonomia da mulher permanece uma realidade condicionada a aspectos alheios às próprias mulheres. Evidencia, também, a necessidade de uma profunda discussão sobre a desigualdade existente na representação dos interesses e experiências no debate público, além da moral religiosa ainda determinante de constrangimentos e limites formais.

Assim, a privacidade é um componente importante para o debate feminista na perspectiva do espaço privado como um direito à identidade e à construção da autonomia das mulheres para decidir sobre sua vida. A pesquisadora americana Jean Cohen (2012) defende ser necessário um conjunto de normas que protejam os direitos à privacidade pessoal como uma contribuição à tarefa de teorizar sobre uma política de identidade igualitária, democrática e liberal, adequada às sociedades civis modernas. De um lado, a teoria feminista vem produzindo importantes contribuições a partir da definição de que “o pessoal é político”, denunciando a retórica da privacidade como parte de um discurso de dominação legitimador da opressão às mulheres, em que o “natural domínio privado da intimidade (a família e a sexualidade) é legalmente construído, culturalmente definido e constitui o lócus de relações de poder” (COHEN, 2012, p. 169).

No entanto, Cohen defende que é necessário observar a outra parte dessa tarefa crítica redescrivendo o conceito de privacidade como um complemento à redefinição feminista do conceito de espaço público. Cohen argumenta que a discussão dicotômica entre o público e o privado, por um lado, ofereceu a possibilidade de enfrentamento dos estereótipos culturais sobre gênero que justificaram a exclusão das mulheres de participação plena da política assim como negaram a igualdade de oportunidades na vida econômica.

Por outro lado, dividir a estrutura social somente entre as esferas *pública* e *privada* tornou-se inadequado para captar a complexidade das sociedades civis modernas e ajudou a perpetuar um *status* com base em estereótipos culturais de gênero que afastaram do debate público questões designadas como “privadas”, blindando, assim, aspectos fundamentais relacionados à justiça nas relações de poder assimétricas existentes nas relações “íntimas”, no interior do lar (COHEN, 2012, p. 167). A separação entre o que é público (associado à esfera da vida econômica e política, majoritariamente ocupada e reconhecida como um espaço masculino) e o que é privado (a vida doméstica e os assuntos ligados à reprodução) traz consigo uma forte presença ideológica de dominação e poder da perspectiva masculina tradicional sobre o feminino.

Ao mesmo tempo que compartilha da crítica feminista sobre a mobilização de conceitos como a privacidade para o exercício da dominação, Jean Cohen argumenta que é preciso “desmascarar” e reconstruir, em termos mais propícios às mulheres, o conceito de privacidade como uma noção diferenciada do público, ou seja, um direito que protege a privacidade pessoal. Cohen apresenta uma nova abordagem para regular a intimidade. Sua crítica reside na ideia de privacidade como algo “sigiloso”, livre de regulação legal. Diferentemente dessa visão, sua

reflexão, baseada num contexto jurídico estadunidense, explicita uma vertente teórica sobre o direito constitucional à privacidade<sup>20</sup>:

[...] um direito à privacidade pessoal constitucionalmente protegido é indispensável a qualquer concepção moderna de liberdade e que sem a liberdade reprodutiva, assegurada em parte por tal direito, as mulheres ficam privadas do bem para o qual os direitos à privacidade foram concebidos e cuja proteção deve ser assegurada para todos nós (COHEN, 2012, p. 170).

Aqui, o direito ao aborto está vinculado à autonomia e à privacidade pessoais que asseguram às mulheres a liberdade de decisão a respeito de certas questões absolutamente pessoais. Portanto, a privacidade deve ser assegurada como forma de garantir a autonomia e proteger o indivíduo de orientações morais defendidas pela maioria, muitas vezes em contradição com os interesses e desejos individuais. Numa concepção normativa de privacidade, Cohen ressalta que são cruciais o empoderamento e o sentimento de controle sobre as necessidades da própria identidade e sobre o acesso a si próprio que os direitos à privacidade asseguram ao indivíduo:

Os direitos de privacidade asseguram ao indivíduo o reconhecimento legal de sua “competência ética” com respeito a suas autodefinições e suas decisões sobre que aspectos de si próprio trazer à baila. [...] nossos corpos, nossa interpretação simbólica de nossos corpos e nosso sentimento de controle sobre nossos corpos são centrais para nosso mais básico sentido de individualidade, para nossa identidade e nossa dignidade pessoal. Meu corpo não é extrínseco a quem eu sou. [...] o que está em jogo na controvérsia do aborto é precisamente a individualidade e a identidade da mulher. [...] forçar uma mulher a suportar uma gravidez indesejada é impor-lhe uma identidade – a identidade de mulher grávida e de mãe. E sua integridade corporal, em sentido físico e emocional está claramente em risco nas leis que criminalizam o aborto. E também a inviolabilidade de sua personalidade (COHEN, 2012, p. 193-197).

O debate sobre o aborto e as restrições que o assunto sofre na discussão pública revela que ainda há uma longa trajetória a percorrer no sentido de refletir sobre a igualdade de gênero, de

---

<sup>2020</sup> O debate sobre a legalização do aborto baseado no direito à privacidade está relacionado ao contexto estadunidense, em que o direito de a mulher decidir sobre o aborto foi constitucionalmente amparado como “a ideia de um direito constitucional à privacidade” (COHEN, 2012, p. 170). Em outros países, como a França, onde o aborto é legal desde 1975, o debate se baseia em outros argumentos, como o papel do Estado na definição de políticas públicas que garantam acesso ao serviço nos hospitais públicos (SANTOS, 2012, p 137-138)



forma a conquistar uma sociedade efetivamente democrática, que respeite as diferenças e as identidades individuais e de grupos, definindo regras e normativas que garantam ao maior contingente de pessoas uma convivência socialmente equilibrada e justa.

Observar a posição das mulheres na perspectiva do público e do privado, incluindo nessa questão uma nova percepção sobre a privacidade, é parte do processo de compreensão das desigualdades sociais e da luta contra a “invisibilidade” feminina que cercam a questão da dominação de gênero. A pesquisadora Joan Scott argumenta que não existem soluções simples para a complexidade do debate sobre os direitos individuais e as identidades de grupos (SCOTT, 2005, p. 18). Para ela, é necessário reconhecer a existência de uma permanente tensão entre igualdade e diferença, entre direitos individuais e identidades de grupo, para permitir soluções mais democráticas.

No âmbito das diferenças entre homens e mulheres, Scott considera que são as “diferenças de poder” que produzem uma identidade de grupo de “minoridade” para uma categoria que representa mais de 50% da população (SCOTT, 2005, p. 18). Identificar os atributos que produzem o tratamento desigual é uma forma de reagir a essa discriminação. A importância do debate sobre a legalização do aborto está na possibilidade de identificar as desigualdades existentes entre homens e mulheres, uma vez que se torna explícita a ausência do direito à igualdade individual perante a lei. Enquanto a mulher for “tutelada” pela “lei dos homens”, permanece viva a luta do movimento feminista contra a discriminação e a desigualdade de gênero, em defesa do direito à autonomia, à individualidade e à privacidade para decidir sobre seu corpo e ao controle de sua capacidade reprodutiva.

## Capítulo 3. O aborto na agenda eleitoral de 2010

### 3.1 O contexto do noticiário

Os dados empíricos demonstram o comportamento do noticiário ao longo do período analisado (julho a outubro de 2010), quando a temática do aborto torna-se relevante na agenda jornalística. O objetivo neste capítulo é demonstrar a complexidade dos mecanismos que constituem a agenda noticiosa, a dinâmica das disputas e competições entre interesses distintos, e os atores os campos sociais que interagem e concorrem na busca pelo controle da agenda e pela definição da pauta pública.

Como já foi referido, a notícia é uma realidade construída. Mais do que uma “realidade sintética”, ela é, na verdade, uma “realidade seletiva” (TRAQUINA, 2000, p. 27) funcionando dentro de um campo estruturado, com uma cultura, procedimento e saberes próprios para a construção de uma narrativa dos acontecimentos que seja socialmente reconhecida como legítima. Entre os aspectos que dão legitimidade à notícia estão os mecanismos internos ao campo jornalístico, definidos pelo processo produtivo da notícia – *newsmaking* –, que determinam os “critérios de noticiabilidade” e justificam a seletividade e a hierarquia do que será destacado pelos meios de comunicação noticiosos.

No entanto, é preciso considerar que os meios de comunicação não são simplesmente “a soma total das ações que descrevem” (ADORNO *apud* WOLF, 2005, p. 81). Ao contrário, suas mensagens se constituem de símbolos, valores, mitos e padrões de comportamento construídos de formas “multiestratificadas” (WOLF, 2005, p. 82), sendo voltadas ao consumo de massa e, portanto, destinadas a padronizar e homogeneizar a diversidade de conteúdos (MORIN *apud* WOLF, 2005, p. 96). As narrativas construídas pelos meios de comunicação no noticiário cotidiano orientam e padronizam a interpretação dos acontecimentos, organizando cognitivamente o registro cotidiano e um “senso comum” sobre a realidade social.

Os estudos sobre comunicação de massa demonstram, ainda, que a notícia é um produto organizado e construído dentro do campo jornalístico, em que a definição e a escolha do que é noticiável possui uma orientação da “pragmática jornalística”. Ou seja, a narrativa jornalística é repleta de valor:

A notícia e reportagem não são relatos frios de coisas meramente materiais. [...] os fatos valem pelas razões que os geram, pelas intenções que os controlam e pelas consequências que produzem ou podem produzir. No jornalismo, a objetividade simplesmente não existe (CHAPARRO, 2007, p. 12).

Partindo dessa premissa, a pesquisa empírica deste estudo pretende demonstrar que houve uma disputa na definição sobre a agenda da cobertura eleitoral. Em um primeiro momento, ao observar as capas dos jornais no período de julho até o final de setembro, percebe-se que a agenda jornalística se unificava em torno da cobertura de escândalos políticos. Apesar de o aborto estar presente em textos encontrados ao longo de todo o período observado nesta pesquisa, o assunto só terá relevância para ocupar a capa dos três jornais observados a partir do dia 29 de setembro. Dessa data em diante, a temática unifica a agenda jornalística a ponto de tornar-se presença quase diária nas capas dos jornais, até o dia 31 de outubro, data da eleição em segundo turno.

### **3.1.1 O contexto da cobertura eleitoral de 2010**

Como dissemos, a construção da agenda jornalística é fruto de uma concorrência entre diversos interesses pela primazia dos assuntos que serão centrais para a cobertura noticiosa. A razão para o aborto ter se transformado num tema relevante para o debate eleitoral não é algo espontâneo ou desinteressado. A mudança do eixo da cobertura dos escândalos políticos para o posicionamento dos candidatos sobre o aborto ocorreu porque em determinado momento (final de setembro) houve uma percepção de que esse tema poderia interferir na preferência de candidatura do eleitorado religioso e conservador.

É notório que grande parte da disputa política nos dias de hoje – do embate eleitoral ao jogo político cotidiano – pressupõe uma “luta pela imposição da imagem pública dos atores políticos” (GOMES, 2004, p. 238). Essa disputa se desenrola na forma de “uma competição pela construção, controle e determinação da imagem dos indivíduos” definidos pela comunicação de massa. Isso produz consequências importantes sobre o público, quando os meios de comunicação, vistos como meios “neutros” de divulgação, passam a reforçar estereótipos que orientam interpretações sobre a realidade com mensagens que costumam “escapar” aos controles cognitivos do indivíduo, por se tratar de uma informação veiculada pela mídia, vista como um campo distinto e, portanto, “distanciado” de interesses específicos do campo político. A polêmica

sobre o aborto ofereceu um conteúdo eficaz para essa disputa e permitiu a construção de uma imagem negativa sobre a candidata Dilma Rousseff (PT).

A temática do aborto se inseriu no debate eleitoral inicialmente difundida por canais específicos de comunicação de segmentos religiosos e grupos políticos. Tal constatação nasce da análise dos textos publicados nos jornais. Diante das evidências, expressas por pesquisas eleitorais, de que a polêmica estava produzindo efeitos nas intenções de voto, o debate em torno do aborto se expandiu, unificou interesses e organizou a agenda de disputa entre os candidatos e a cobertura noticiosa do segundo turno. Por meio da análise das capas dos jornais, é possível identificar como o noticiário, inicialmente convertido na cobertura dos escândalos políticos, se transformou num noticiário voltado para a temática religiosa antiaborto, demonstrando como a agenda jornalística pode ser um importante instrumento e um ator relevante na luta política.

### **3.1.2 Os acontecimentos na ótica das manchetes de capa**

A capa de um jornal reúne sempre um conjunto de assuntos que são considerados relevantes pelo veículo para informar seus leitores dos principais acontecimentos daquele dia. A manchete, as chamadas e o que é selecionado para compor esse espaço de destaque são registros arranjados a partir de critérios organizacionais e técnicos dos processos produtivos da notícia (*newsmaking*), associados a uma intencionalidade dos editores que define o que será destaque. O conteúdo de uma mensagem tornada proeminente pela mídia orienta o leitor a compreender os acontecimentos, uma vez que os indivíduos tendem a buscar nos meios de comunicação convencionais uma resposta à sua necessidade de compreensão sobre o que se passa no mundo (McCOMBS, 2009, p. 90).

Muitas vezes, observar o que está na capa dos jornais pode ser a única forma de contato do leitor com os mais variados acontecimentos, mesmo com diversos instrumentos e canais de informação alternativos à mídia convencional disponíveis na internet. Para apresentar a contextualização do ambiente noticioso daquele momento, estabelecemos como marco analítico inicial a seguinte pergunta: “Quais assuntos unificaram as capas dos jornais nos dias em que o aborto estava presente no interior dessas edições?”. Foram analisadas as capas das edições de *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo* e *O Globo* – os três principais jornais diários do país – em que a palavra “aborto” foi encontrada em algum texto no interior da edição (reportagem, nota de coluna fixa,

editorial, artigo, coluna ou entrevista). O intervalo de tempo em que o *corpus* da pesquisa foi selecionado compreende 112 dias, de 11 de julho a 31 de outubro de 2010. Nesse período foram identificadas referências ao aborto em 74 dias ou 66% do período, em um total de 504 textos.

A data de 11 de julho de 2010 foi definida como o marco inicial desta observação porque se trata do dia do último jogo da Copa. A partir desse momento, tradicionalmente, o campo jornalístico passa a concentrar suas atenções com maior intensidade nos acontecimentos eleitorais. Encerra o período de análise desse material o dia 31 de outubro, data da eleição presidencial em segundo turno.

### 3.1.3 Metodologia

A análise dos dados foi feita através do programa de software Sphinx, uma ferramenta que permite o cruzamento de dados quantitativos e qualitativos. Como método para organizar o material, foram estabelecidos três estágios de trabalho: a elaboração do questionário, a coleta e preenchimento das respostas e, por fim, a análise consolidada dos resultados. O programa ainda permite realizar cruzamento de dados para analisar aspectos específicos da pesquisa. Para a composição do material de pesquisa e análise do material foi estabelecido o seguinte roteiro metodológico:

**a) Identificação do material por jornal** - Em cada um dos três jornais que fazem parte desta pesquisa foi realizada inicialmente uma busca eletrônica com a palavra “aborto”, identificando o dia, a editoria e o texto. A seguir, foram analisadas todas as edições físicas (impressas) dos três veículos dentro do período de 11 de julho a 31 de outubro de 2010, para confirmar a presença do tema aborto nos textos inicialmente detectados. A partir da observação das 112 edições/dia foram identificadas 74 edições/dia em que a palavra aborto está presente em algum texto jornalístico.

**b) Definição da editoria/seção** - Os textos foram selecionados a partir da compreensão de que esse material deve estar nos espaços do jornal em que são de responsabilidade da redação sua preparação e edição, ou seja, o conteúdo deveria ser produzido pelos agentes especializados do campo jornalístico ou publicados nos espaços sob a responsabilidade editorial da redação. Esse estudo não trata dos espaços de responsabilidade do setor comercial ou publicitário da empresa de

comunicação. A partir dessa premissa, foram definidos os espaços: capa; editorias<sup>21</sup> País/Poder/Nacional, Cidades/Cotidiano/Metrópole, Segundo Caderno /Ilustrada/Caderno2 Saúde/Ciência/Vida; cadernos especiais Eleições 2010; e editorias de opinião, nas quais estão os textos com as posições e opiniões do jornal (editoriais) ou de autores de colunas, artigos e, por fim, as entrevistas. Cabe esclarecer que as entrevistas foram classificadas na categoria “opinião” pelo entendimento da autora de que as opiniões expressas nas entrevistas são literais em relação ao que seus autores pronunciam (mesmo em caso de edição para adequar as declarações ao espaço no jornal), diferenciando-se das vozes “em aspas” que compõem um texto jornalístico.

**c) Classificação por tipo de texto** - Os textos foram selecionados a partir da compreensão de que o material a ser coletado deveria estar publicado no espaço sob a responsabilidade editorial da redação. As categorias selecionadas foram: reportagem, nota de coluna fixa, entrevista, coluna, artigo, editorial.

Os tipos de texto foram divididos em dois subgrupos: a) aqueles em que o texto é produto da intervenção do jornalista na elaboração e seleção dos tópicos e vozes que vão compor o texto – enquadram-se neste subgrupo as reportagens e as notas de coluna fixa; b) textos que expressam opiniões individuais do autor ou da empresa jornalística – classificam-se neste segmento as entrevistas, colunas, artigos e editoriais.

Nesse processo, foram identificados textos em que a palavra “aborto” foi referida como mero registro, mesmo o assunto não sendo o foco central do texto (“Candidata culpa Serra por boatos sobre Petrobras”, *O Estado de S. Paulo*, 09/10/10, p. A10). Em outros, o aborto foi o tema central do texto (“Petista afirma que não mudou sua posição sobre o aborto”, *Folha de S. Paulo*, 01/10/10, p. Especial 10). O objetivo nesta seleção foi acompanhar o processo de crescimento da saliência e do destaque da temática até o momento em que se transforma no centro da agenda jornalística.

### **3.2 Os escândalos políticos organizam a agenda jornalística na cobertura eleitoral**

Um escândalo político é assunto sempre prioritário para o noticiário. A revelação de algo irregular e de segredos do poder reforça a ideologia que enxerga os meios de comunicação como

---

<sup>21</sup> Os nomes dos cadernos/editorias dos jornais são dados nesta sequência: *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*.

“guardiões do interesse público” (THOMPSON, 2002a, p. 60), sempre relevantes para a manutenção do poder simbólico do campo da mídia em relação a outras esferas de poder na sociedade. A perspectiva da mídia como defensora da ética e da moralidade revela uma intencionalidade ideológica de preservação de seu papel político hegemônico de “quarto poder” (ALBUQUERQUE, 2010, p. 95), ou seja, um poder “fiscalizador” de outros poderes e instituições.

Como efeito de análise, destacamos quatro momentos da cobertura jornalística. Os três primeiros tratam de escândalos políticos que foram objeto de atenção da mídia entre julho e setembro. A última fase é aquela em que o aborto torna-se o centro da agenda, a partir do final de setembro e durante todo o mês de outubro. Desde o princípio da observação percebe-se que os assuntos vinculados aos escândalos políticos organizam a agenda de cobertura. Os escândalos políticos orientaram e deram unidade para os destaques nos três jornais observados<sup>22</sup>.

No dia 15 de julho de 2010, por exemplo, os impressos paulistas *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S. Paulo* estampam em suas manchetes que os responsáveis pela violação do sigilo fiscal do então vice-presidente do PSDB, Eduardo Jorge, seriam conhecidos somente após as eleições de 2010 (“Culpa pelo IR violado para dossiê pode sair após eleição”, *Folha de S.Paulo*, 15/07/2010, manchete; “Receita já sabe quem acessou IR de tucano, mas não revela”, *O Estado de S. Paulo*, manchete)<sup>23</sup>. O tema da violação do sigilo fiscal de tucanos e familiares de José Serra por funcionários da Receita Federal voltará com intensidade no final de agosto e início de setembro. Nesse primeiro momento, em 15 de julho, o “gancho jornalístico” foi a ida do secretário da Receita Federal na época, Otacílio Cartaxo, à Comissão de Constituição de Justiça do Senado. Lá, Cartaxo afirmou que a instituição investigava a quebra de sigilo de Eduardo Jorge e já tinha conhecimento de quais servidores haviam acessado o IR do dirigente partidário (foram cinco ou seis vezes, segundo a *Folha*), mas, como as investigações ainda estavam em curso, não iria revelar nomes.

---

<sup>22</sup> Antes do período que compõe o universo dessa pesquisa, já havia um debate na mídia em torno de um vazamento de dados fiscais do Imposto de Renda de pessoas vinculadas ao PSDB, que teria sido praticado por funcionários da Receita Federal. E os jornais cobravam do Governo Federal a revelação dos responsáveis pela prática irregular.

<sup>23</sup> Na edição dessa data, a *Folha* lembra ter revelado em junho que um suposto “grupo de inteligência da campanha de Dilma para a presidência teria organizado quatro dossiês para serem usados contra os tucanos” (GUERREIRO, 2010, p. A5). Ainda segundo o jornal, um desses dossiês seria o Imposto de Renda de Eduardo Jorge de 2005 a 2009 com um registro de que a saída do documento teria sido efetuada diretamente do banco de dados da Receita Federal. O jornal informa que em 23 de junho a Receita abriu sindicância para apurar os fatos e em primeiro de julho a Corregedoria iniciou as investigações tendo um prazo de 120 dias para apresentar os resultados, após a realização das eleições.

Pela manchete da *Folha de S.Paulo* entende-se que “os culpados” poderiam ser conhecidos somente “depois das eleições”, sugerindo subliminarmente que haveria interesse do governo em “evitar” essa revelação antes da eleição. *O Estado de S. Paulo*, por outro ângulo, também cobra a revelação dos nomes, mesmo que os prazos para a conclusão das investigações ainda não estivessem esgotados. A cobrança feita pelos dois jornais defendendo a revelação dos nomes, antes da conclusão das investigações e das eleições, é reforçada pela declaração do então candidato tucano José Serra no *Estadão*, acusando o governo de usar a máquina “para espionar” (“Receita já sabe quem acessou, mas não revela”, *O Estado de S. Paulo*, 15/07/2010, manchete; ver FREITAS; ARRUDA, 2010). Nessa mesma data, o jornal *O Globo* segue outro caminho editorial. O jornal chama a atenção em sua capa, como chamada secundária, para críticas de que o então presidente Lula teria burlado a lei eleitoral sistematicamente ao elogiar sua candidata em evento oficial. Esse tema havia sido destaque dos jornais paulistas no dia anterior, 14 de julho. (“Lula se desculpa e desafia lei de novo”, *O Globo*, 15/07/2010, capa)

Em 22 de julho, os três jornais voltam a dar amplo destaque para a quebra de sigilo do vice-presidente do PSDB. Nessa edição, revelam o nome da funcionária que está sob investigação pela Receita, mesmo sem conclusão da apuração, com destaque para o fato de ela ser “uma sindicalista do ABC” (“Dossiê: suspeita de violar IR é sindicalista do ABC”, *O Globo*, 22/07/2010, manchete; “Servidora do ABC é investigada por violar sigilo de EJ”, *Folha de S.Paulo*, 22/07/2010, manchete). *O Estado de S. Paulo* destaca em manchete que a funcionária foi afastada em 2 de julho e entrou em férias, sem confirmação da Receita de que sua ausência ao trabalho estivesse vinculada às denúncias (ver RECEITA, 2010). O assunto ainda ganha chamada na capa das edições da *Folha* e do *Estadão* de 23 de julho com o pedido de Eduardo Jorge para ter acesso às investigações da Receita Federal.

Em um segundo momento, já em agosto, os jornais retomam a agenda dos escândalos políticos e voltam a unificar suas edições na cobertura dessa temática. Em 25 de agosto, *O Globo* revela que a Justiça Federal determinou que a Receita Federal entregasse ao vice-presidente do PSDB, Eduardo Jorge, as investigações sobre o vazamento de seus dados. Segundo o texto que acompanha a manchete na capa, a Receita entregou dois CDs com os dados das investigações (ver AS JANELAS, 2010). Essa informação é importante porque ela indica a relação entre o campo jornalístico e sua fonte, o que reforça a afirmação de que a notícia não é neutra, mas uma seleção construída de episódios. A partir do registro no jornal da entrega dos CDs pela Receita



Federal, há uma nova “onda” de denúncias sobre o assunto. Surgem revelações de que mais três pessoas ligadas ao PSDB também tiveram seus sigilos fiscais violados e tais descobertas alimentaram as principais manchetes dos três impressos durante dois dias (“Outros três ligados ao PSDB tiveram sigilo fiscal violado”, *Folha de S.Paulo*, 26/08/10, manchete; “Receita: mais três ligados as Serra tiveram sigilo violado”, 26/08/10, *O Globo*, manchete; “Violação de IR atingiu mais três tucanos”, *O Estado de S. Paulo*, 26/08/10, manchete).

Sendo assim, percebe-se que um escândalo, para ter continuidade e manter-se em destaque, precisa de fatos novos que alimentem esse noticiário diariamente, como se fossem capítulos de uma novela. Outro fator que a cobertura jornalística dos “Escândalos da Receita” permite considerar é o “viés jornalístico” (COOK, 2011, p. 206). Sendo o noticiário seletivo, a construção das manchetes e os aspectos destacados nesse episódio orientaram uma percepção sobre o poder executivo – e o campo político - com ênfase para a crítica de agentes públicos que violaram dados sigilosos sob a guarda do Estado para uso político ou para a ineficiência da máquina pública.

Nelson Traquina (2000, p. 26) explica que existem duas variáveis importantes a serem consideradas na definição da agenda jornalística. Uma delas está vinculada ao campo jornalístico e aos critérios de noticiabilidade que os agentes desse campo vão utilizar para definir a seleção das ocorrências. A outra variável envolve a ação estratégica e os recursos que os “promotores da notícia”, com acesso ao campo jornalístico, terão capacidade para mobilizar as redações no sentido de obter um resultado satisfatório para assuntos de seu interesse. No caso em análise, há uma coincidência entre a ausência de notícia (e manchetes) sobre os escândalos de violação do sigilo fiscal de mais de 30 dias<sup>24</sup> e a decisão da justiça concedendo a Eduardo Jorge o acesso a esse material, quando novos fatos ligados ao assunto voltam a ocupar as manchetes dos jornais, a partir do dia 26 de agosto.

Outro exemplo do viés da cobertura pode ser visto na edição de *O Globo* dessa mesma data. A manchete do jornal estabelece um elo entre o episódio de devassa fiscal e o possível envolvimento de petistas no caso quando associa a cidade onde ocorreu a suposta quebra de sigilo com a região do ABC paulista conhecida por ser o berço do movimento sindical e de onde saíram importantes

---

<sup>24</sup> No dia 23 de julho os jornais *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S. Paulo* registram o pedido de Eduardo Jorge à Justiça para ter acesso às investigações da Receita Federal sobre a quebra de seu sigilo fiscal. *O Globo* publicou em 25 de agosto que foram entregues dois CDs pela Receita Federal a Eduardo Jorge.

lideranças do PT, entre elas, o então presidente Lula (NÚCLEO, 2010). Nesse dia, há também uma pequena chamada na capa para o editorial, sob o título “Aparelhamento desafia o Estado”.

Nas sociedades contemporâneas, os processos eleitorais estão amplamente vinculados às repercussões produzidas pelo campo da mídia. Sendo assim, os meios de comunicação tornam-se peças chave na disputa política, sobretudo porque através desse campo as forças políticas empregam uma competição pela construção, controle e determinação da agenda que vai orientar a percepção pública das atitudes e dos atores envolvidos na batalha eleitoral. Faz sentido, portanto, para a disputa política a oferta de informações com interesse jornalístico inequívoco (revelações de infrações cometidas por servidores públicos, por exemplo) e a seleção de fontes confiáveis pelo campo jornalístico, sobretudo do poder constituído, para reforçar e legitimar argumentos que justificam determinados posicionamentos. É o caso, por exemplo, das declarações do ministro do STF Gilmar Mendes, que classificou o vazamento de dados da Receita como “banditismo político”, vinculando esses eventos a “paradigmas selvagens da política sindical” (“Quebrar sigilo é ‘banditismo político’, diz Gilmar Mendes”, *Folha de S.Paulo*, 29/08/10, chamada de capa; ver MENDES, 2010). Podemos considerar que a construção dos elementos que vão compor a notícia, muitas vezes, torna-se parte de uma luta simbólica pelo poder e pela disputa hegemônica em que o campo midiático não pode ser visto como um agente desinteressado.

Seguindo o roteiro da cobertura dos escândalos políticos, no dia 2 de setembro, as edições dos três jornais voltam a unificar suas manchetes com a informação de que a filha de Serra também teve seu sigilo fiscal quebrado, a partir da revelação de 140 acessos indevidos no final de agosto. Nesse momento, o “ambiente de crise” já está instalado nas páginas dos impressos, com vários setores dos jornais tratando do assunto. Na *Folha de S.Paulo*, por exemplo, além da manchete principal (“Sigilo fiscal da filha de Serra foi violado com procuração falsa”, *Folha de S.Paulo*, 02/09/10, manchete), a capa deu destaque para a coluna de Janio de Freitas, que avalia esse episódio como “o caso mais grave depois de Collor” (“Gravidade no caso talvez seja a maior depois de Collor”, *Folha de S.Paulo*, 02/09/10, chamada de capa; ver FREITAS, 2010a, p. A6). A capa ainda registra o editorial, que tem como título “Descalabro” e uma segunda matéria, menor, em que o contador, autor do pedido de informações fiscais de Verônica Serra, nega que soubesse que o documento era fraudado e que não agiu por “mando político” (AUTOR, 2010).

*O Globo*, nesse mesmo dia, dedica metade de sua capa para a quebra do sigilo fiscal de Verônica Serra (“Fraudes em série levam à quebra do sigilo fiscal da filha de Serra”, *O Globo*,

02/09/2010, manchete). O jornal carioca diz que a solicitação de informações sobre o sigilo da filha de Serra “foi feita em 2009” na Receita Federal de Santo André (SP) e depois “teriam ido parar num suposto dossiê do PT” (FRAUDES, 2010). Nessa mesma edição, o jornal destaca na capa as colunas de Merval Pereira, Ricardo Noblat e Miriam Leitão, todos abordando o tema com a mesma ênfase: o uso da máquina do Estado para fins eleitorais. Também compôs a capa um infográfico sobre as fraudes, o que demonstra a atenção e importância dada pelo jornal para essa nova descoberta. A narrativa construída pelo jornal carioca orienta o leitor a perceber uma relação desse caso com escândalos anteriores, como o “Escândalo da Receita” e o “Dossiê dos aloprados”, que ocorreu na campanha eleitoral de 2006, em que petistas foram acusados de comprar um falso dossiê contra José Serra (na época também candidato à Presidência, disputando com Lula). Para finalizar o conjunto dos textos da edição, *O Globo* informa que o PSDB está entrando com uma ação contra Dilma Rousseff no TSE pedindo que fique inelegível (FRAUDES, 2010).

Nesse contexto e pela própria concorrência por notícias exclusivas entre os veículos, cada jornal procurou, ou recebeu de suas fontes, informações que alimentaram os destaques em torno do escândalo da Receita. O *Estado*, nesse caso, estampou em sua manchete que a Receita havia omitido o “objetivo eleitoral” da violação, depois que o jornal teve acesso a um documento interno do órgão em que uma das hipóteses consideradas desde agosto era um suposto interesse político na quebra do sigilo de Verônica Serra. Na edição de 3 de setembro, o jornal acusa a Receita e seus dirigentes de ter “unificado um discurso público em direção contrária [ao interesse eleitoral, denunciado por uma funcionária do órgão] para despolitizar o caso e blindar a candidatura de Dilma Rousseff” (“Receita omitiu fim eleitoral da violação”, *O Estado de S. Paulo*, 03/06/10, manchete; ver COLON, 2010).

O escândalo da quebra de sigilo fiscal por servidores da Receita Federal percorreu o mês de setembro, sempre com um novo detalhe, ou uma nova descoberta. Por se tratar de um destaque homogêneo entre os três principais veículos de comunicação do país, a temática produziu um efeito de propagação em massa, através de emissoras de rádio (nacionais e regionais), nos telejornais, em programas de debates e entrevistas, transformando esse tema em assunto de “interesse comum” a partir da produção desses fluxos de comunicação. Este é outro efeito do agendamento de um assunto pelo campo jornalístico: a capacidade de grande repercussão pela propagação em massa.

Partindo do pressuposto de que o agendamento é “uma teoria sobre a transferência da saliência das imagens da mídia sobre o mundo às imagens de nossas cabeças”, podemos considerar que os elementos enfatizados pela mídia “acabam igualmente tornando-se importantes para o público” (McCOMBS, 2009, p. 111). Nesse sentido, a concentração da agenda jornalística na temática dos escândalos pode ter orientado a atenção do público para o tema dos desvios éticos e da corrupção no governo. No entanto, apesar do forte questionamento à conduta ética do governo Lula e de sua candidata, provocado pela cobertura dos escândalos políticos, durante o período de julho a agosto de 2010, as pesquisas eleitorais apontavam um crescimento constante de Dilma Rousseff (PT) nas intenções de voto, com especulações sobre a possibilidade de vitória ainda no primeiro turno (manchetes de 21 de agosto).

Mas os textos jornalísticos demonstram que havia certa expectativa do campo jornalístico de que o efeito do noticiário sobre os escândalos políticos poderia produzir algum efeito negativo na candidatura petista. É o que fica evidente, por exemplo, no texto do dia 4 de setembro, no *Estadão*. O jornal registra como segundo destaque de capa que “Dilma para de subir e Serra para de cair”. No texto que acompanha o título, o jornal informa que a pesquisa foi feita no período de 31 de agosto a 3 de setembro, e “capta apenas parcialmente os eventuais efeitos do noticiário a respeito da quebra de sigilo fiscal de Verônica Serra” (“IBOPE mostra que Dilma para de subir e, Serra, de cair”; ver IBOPE, 2010). Tal registro revela a compreensão do próprio veículo sobre a influência do noticiário na percepção da realidade pelo público.

No dia 6 de setembro, as principais manchetes dos três jornais voltam a se unificar em torno da revelação de que os dados fiscais do vice-presidente tucano Eduardo Jorge foram acessados por um funcionário da Receita em Minas Gerais filiado ao PT desde 2001 (“Dado de vice tucano foi aberto por petista em MG”, *Folha de S. Paulo*, 06/09/10, manchete; “Sigilo de tucano foi quebrado em MG por outro filiado ao PT”, *O Globo*, 06/09/10, manchete; “Violador de IR de tucano em Minas também é filiado ao PT”, *O Estado de S. Paulo*, 06/03/10, manchete). Continuam os dias subsequentes com várias manchetes e destaques dos jornais para declarações e acusações entre as campanhas petista e tucana envolvendo a quebra de sigilo fiscal, até que um novo tema ocupe o noticiário.

Esse novo tema representa o terceiro momento da cobertura jornalística em torno dos escândalos políticos no período eleitoral: no dia 15 de setembro, os jornais repercutem as revelações publicadas pela revista *Veja* na edição de 11 de setembro de que familiares da então

ministra chefe da Casa Civil, Erenice Guerra, ex-braço direito e sucessora de Dilma Rousseff, teriam praticado tráfico de influência e realizado negócios utilizando informações e acesso privilegiado ao governo. O episódio ficou conhecido como “O caso Erenice”. Na análise das capas dessa data, os jornais oferecem enfoques diferentes para o assunto. A manchete do *Estadão* destaca o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, que, em entrevista para a internet, acusa Lula de agir como “chefe de facção” (FHC, 2010). O segundo destaque da capa do *Globo* vai para a decisão da Polícia Federal de investigar o filho, mas “poupar Erenice” no caso das suspeitas de lobby (PF, 2010), o que sugere uma complacência do órgão investigador com a então ministra. Já a *Folha de S.Paulo* explora as estratégias de defesa do governo e de acusação adotada pelos partidos de oposição no debate sobre as novas acusações de desvios éticos de petistas no governo (CASO, 2010).

Chama a atenção nessa análise comparativa que a agenda dos escândalos pode expor linhas de abordagens diferenciadas pelos jornais, fruto até mesmo da concorrência entre os veículos pela primazia do “furo jornalístico”. No entanto, há um encadeamento em todos os veículos observados, que oferecem um mesmo discurso para o imaginário social: o dos “desmandos” e a “apropriação indevida” do Estado brasileiro pelos petistas. Da metade de setembro em diante, o “caso Erenice” é o “escândalo da vez” e torna-se um assunto com várias vertentes e informações diversificadas para os jornais. Na *Folha de S.Paulo*, o assunto volta a ser manchete no dia 19 de setembro, depois de o jornal revelar declarações de um empresário que teria sofrido assédio do filho de Erenice e ter enviado avisos à Casa Civil enquanto Dilma ainda era ministra (DILMA, 2010c). O jornal vangloriou-se de que essa entrevista-denúncia teria provocado a queda de Erenice da função de ministra chefe da Casa Civil da Presidência da República. O escândalo de lobbies e tráfico de influência no Governo Federal passou a ser tratado de forma generalizada pelos jornais de grande circulação e revistas semanais.

Na onda dos escândalos de tráfico de influência na Casa Civil, o *Estadão* destaca como manchete principal a revelação de que um coronel indicado por Erenice para assumir a direção dos Correios seria “testa de ferro” de um empresário argentino interessado em montar uma empresa de transporte aéreo que o governo Lula planejava criar (“Diretor dos Correios opera esquema no transporte aéreo”; ver DIRETOR, 2010). O *Globo*, por sua vez, questiona o andamento de legislação moralizante para controlar episódios como os que a mídia estava revelando naquele momento, acusando a “paralisia” do Palácio do Planalto em dar andamento ao

Projeto de Lei que pune o tráfico de influência uma vez que o PL “está parado na Casa Civil por divergências internas”, conforme “apurou com exclusividade” seu repórter (“Projeto que pune tráfico de influência parou no Planalto”; ver PROJETO, 2010).

O noticiário eleitoral também repercutia a agenda dos escândalos. As notícias em torno da candidata petista Dilma Rousseff (PT) tinham um enquadramento<sup>25</sup> centrado em questionamentos sobre o fato de sua ex-assessora estar envolvida em graves acusações, favorecendo uma interpretação negativa sobre a candidata por ter sido “responsável” por indicar Erenice Guerra como sua substituta. O noticiário político nos três jornais ingressou na última semana de setembro destacando o caso Erenice, mas o assunto perdeu força com a queda da então ministra.

No dia 23 de setembro, a *Folha de S.Paulo* destacou nova pesquisa Datafolha. A manchete chama a atenção para a queda de Dilma nas intenções de voto, e, assim como *O Estado de S. Paulo* em situação semelhante no início do mês, creditou a queda da petista às notícias sobre os escândalos, revelados pela mídia: “Após a descoberta de tráfico de influência na Casa Civil, a vantagem de Dilma Rousseff (PT) sobre os adversários na disputa pelo Planalto caiu cinco pontos percentuais”, informa o texto da capa (“Com escândalos, cai a vantagem de Dilma, mostra o Datafolha”; ver COM ESCÂNDALOS, 2010). Ainda na mesma data, o jornal complementa a manchete com duas chamadas: uma para artigo do coordenador da pesquisa, Mauro Paulino (“Candidata do PT ao Planalto sofre revés pela 1ª vez em dois meses”, *Folha de S.Paulo*, 23/09/10, chamada de capa) e outra para coluna de Fernando Rodrigues (“Maior favorecida pelas variações, Marina (PV) tira votos da petista”, *Folha de S.Paulo*, 23/09/10, chamada de capa).

Merece registro a edição de 26 de setembro da *Folha de S.Paulo*. Nesse dia, o jornal publicou um editorial na capa, o que não é usual, criticando o então presidente Lula por suas declarações críticas à conduta da imprensa na cobertura eleitoral. O texto ressalta a importância da imprensa livre, pois, assim, foi revelada a existência de “uma agência da Receita Federal plantada no berço político do PT, no ABC paulista, [...] convertida em órgão de espionagem clandestina contra adversários”. O texto, num tom forte e desafiador ao então presidente, lembra que foi essa imprensa a responsável por ter mostrado que o principal gabinete de assessoria imediata ao presidente [Casa Civil da Presidência] e de sua candidata “estava minado por

---

<sup>25</sup> “Enquadramentos” são recursos do campo jornalístico que organizam o discurso através de práticas específicas (seleção, ênfase, exclusão), construindo determinada interpretação dos fatos (PORTO, 2004, p. 80). No capítulo 4, os enquadramentos da notícia serão objeto de análise mais aprofundada.

espantosa infiltração de interesses particulares”. No texto, a *Folha de S.Paulo* reivindica uma orientação de “independência, pluralidade e apartidarismo editoriais” que acaba por produzir “questionamentos incisivos” durante períodos eleitorais. E finaliza: “[F]iquem ambos advertidos [presidente Lula e sua candidata Dilma Rousseff (PT)] que tais bravatas somente redobram a confiança na utilidade pública do jornalismo livre” (“Todo poder tem limite”; ver TODO, 2010).

Esse editorial expressa uma visão ideológica sobre a função do campo jornalístico. O texto posiciona a empresa como um ator que está acima das outras esferas de poder, porque possui um “papel político” de “agente fiscalizador”. Em seus estudos sobre o papel da imprensa como “quarto poder”, Afonso de Albuquerque (2010) sugere que a imprensa brasileira se apropria de um conceito de “poder moderador”, ou seja, um poder “neutro” em relação ao Executivo, Legislativo e Judiciário, e de fiadora da democracia e suas instituições. O problema é o “modo excepcionalmente ativo” com que as organizações jornalísticas brasileiras lidam com questões ligadas à política em geral e ao exercício do governo em particular, o que não é uma característica exclusiva do jornalismo brasileiro, ressalte-se.

O papel político ativo da imprensa pode se confundir com posições particularistas, de porta-voz de partidos ou facções políticas [...]. Alinhado com o modelo liberal, [o] conceito de Fourth Estate serve de base à reivindicação de uma autonomia considerável pelas organizações jornalísticas, que não pode submeter-se a nenhum limite, e que toma qualquer crítica à sua atuação concreta como uma ameaça à liberdade de imprensa [...]. O conceito de Fourth Branch, permite à imprensa destacar seu compromisso com o funcionamento normal das instituições políticas [...] o foco aqui recai na responsabilidade da imprensa com a manutenção do equilíbrio do sistema. [...] Os dois modelos são reinterpretados à luz de um terceiro modelo [...]: o poder moderador. Com base nele, a imprensa brasileira reivindica o papel de árbitro transcendente dos conflitos políticos e intérprete por excelência dos interesses nacionais (ALBUQUERQUE, 2010, p. 101-102).

O exemplo do editorial publicado pela *Folha de S.Paulo* demonstra, em nossa opinião, esse papel político ativo do campo jornalístico, que se coloca como fiador da democracia, defensor das liberdades e com a “missão” de conciliar um papel político ativo, porém, transcendente às forças políticas particulares. “Não se trata de dizer que o jornalismo brasileiro opera de fato como poder moderador, mas de sugerir que é esse papel que ele se propõe a desempenhar” (ALBUQUERQUE, 2010, p. 101).

Nessa visão liberal reside, também, um posicionamento político de empresas de comunicação que buscam ter o controle sobre a propagação de ideias e interesses na sociedade e disputam o exercício da hegemonia. As empresas de comunicação agregam à correta tarefa de dar conhecimento público a irregularidades cometidas por indivíduos no exercício de atividade pública uma imagem simbólica sobre si de neutralidade associada à postura de “independência, pluralismo e apartidarismo” que “redunda em questionamentos incisivos durante períodos de polarização eleitoral”, como registrou a *Folha* no editorial supracitado. O enredo dos desvios éticos de integrantes de cargos públicos no governo petista também serviu como parte de uma construção para o embate político-eleitoral durante o primeiro turno das eleições de 2010. O papel central da mídia, no aspecto ideológico, está “na tarefa contemporânea de ‘cimentar e unificar’ o bloco social hegemônico (e contra-hegemônico)”, dentro do qual ocorre a disputa política (LIMA, 2004, p. 192).

Por fim, a análise das capas presentes no universo dessa pesquisa permite constatar que a imagem construída pela mídia sobre o governo Lula e sua candidata Dilma Rousseff (PT), durante o primeiro turno das eleições presidenciais de 2010, esteve centrada em atributos éticos negativos, com seus dirigentes constantemente questionados por desvios que foram transferidos para o público através dos destaques na capa e na seleção de acontecimentos que constituíram a agenda dos escândalos políticos naquele momento eleitoral. É interessante observar que durante todo o período de análise das capas dos jornais, os principais destaques negativos e as cobranças de condutas irregulares ou questionáveis recaíram somente sobre o Governo Federal e a candidata Dilma Rousseff. Nesse período não foram encontrados nenhum destaque de capa ou manchete que colocasse na defensiva o candidato tucano, José Serra, ou os governos do PSDB de São Paulo e Minas Gerais.

### **3.3 A entrada do aborto na agenda jornalística**

#### **3.3.1 A saliência e frequência como marcas do agendamento**

A partir do final do mês de setembro, o aborto se torna um tema estratégico na campanha eleitoral e passa a ser presença constante nas capas dos jornais. Houve uma mudança na postura editorial do campo jornalístico, provocando um novo contexto para o debate público entre os candidatos. A mudança no destaque de capa dos jornais e o ingresso da temática do aborto na agenda jornalística no final do primeiro turno em 2010 permite identificar dois mecanismos



evidenciados nos estudos sobre o agendamento: a saliência e a frequência de um assunto na mídia. Esses dois aspectos interferem no estímulo para que a agenda pública reflita a agenda midiática num determinado intervalo de tempo (McCOMBS, 2009, p. 77). Quanto mais frequente e saliente um assunto na agenda da mídia, maior será a atenção do público para o tema (McCOMBS, 2009, p. 67).

Muitas vezes, o ambiente político acaba sendo definido pelo noticiário, uma vez que a mídia possui a capacidade de estabelecer o *contexto* em que os assuntos serão compreendidos pelo público, dando visibilidade a determinados aspectos em detrimento de outros: “As representações que a mídia faz da realidade passam a constituir a própria realidade” (LIMA, 2004, p. 186). Dessa forma, os assuntos tratados no noticiário tendem a determinar a dimensão desses temas em atividades tipicamente políticas, como as campanhas eleitorais. Tratar desse fenômeno sob a perspectiva da teoria da *agenda-setting* permite não apenas refletir sobre os efeitos da mídia na construção de uma realidade (WOLF, 2005, p. 150) mas também compreender a dinâmica entre agentes de campos distintos na disputa pela construção dessa realidade. Foi o que ocorreu na disputa eleitoral de 2010.

O aborto vai entrar na capa dos jornais em dois momentos, antes da realização do primeiro turno. O primeiro, no dia 18 de agosto, de maneira indireta e isolada, quando *O Estado de S. Paulo* repercutiu manifestação dos candidatos à vice-presidência e a opinião deles sobre o aborto, contrária à prática, mas considerando possível em casos de estupro, conforme registra o texto na chamada de capa (“Temas Sensíveis”; ver TEMAS, 2010).

O segundo momento já caracteriza o início do agendamento do aborto no noticiário eleitoral. No dia 28 de setembro, a *Folha de S. Paulo* publicou os dados de uma pesquisa Datafolha que mostravam a candidata Dilma Rousseff na frente, com 51% das intenções de voto, mas a diferença entre ela e os outros candidatos, que fora de 14 pontos havia duas semanas, “quando surgiu o escândalo na Casa Civil”, agora em dois pontos (“Dilma cai em todas as regiões e crescem as chances de segundo turno”; ver DILMA, 2010d). As chances de haver segundo turno tornavam-se cada vez mais evidentes.

Os jornais *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* se preocupam em demonstrar que há uma intensa movimentação na coordenação das campanhas com o objetivo de rever estratégias para, no caso de Dilma, estancar a queda, e, no caso dos adversários José Serra (PSDB) e Marina Silva (PV), garantir a passagem para o segundo turno (“Chance de 2º turno altera as estratégias

das campanhas”, *O Estado de S. Paulo*, 29/09/10, manchete; “De olho no segundo turno, Marina ataca Dilma e Serra”, *O Globo*, 27/09/10, manchete).

No dia 29 de setembro, a *Folha de S. Paulo* e o *Globo* destacam o apelo de Dilma à militância para tentar “frear a perda de votos”. A *Folha* faz o primeiro registro sobre o aborto em sua capa nessa data, ao tratar o assunto como uma das possíveis causas para a queda nas intenções de voto: “O PT identificou três motivos para a queda: o clima de ‘já ganhou’, o caso Erenice Guerra e boatos entre religiosos de que Dilma aprova o aborto e o casamento gay” (“Dilma tenta frear perda de voto com apelo à militância”; ver DILMA, 2010e).

No dia 30 de setembro, os jornais *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* destacam em manchete o aborto como tema central da disputa eleitoral. O jornal paulista afirma que a preocupação da candidata Dilma Rousseff (PT) com “a perda de votos entre os cristãos por causa da polêmica sobre o aborto” fez com que ela reunisse padres e pastores “para dizer que nunca defendeu a interrupção da gravidez” e que a confusão em torno desse assunto “é vilania de quem está perdendo as eleições”. O *Estadão* registra, também, que a polêmica nasceu por declarações feitas pela candidata em outras ocasiões. O texto na capa cita ainda as declarações do candidato José Serra (PSDB) ironizando a mudança de opinião da candidata. A mesma crítica é destacada nas falas da candidata Marina Silva (PV): “[Dilma Rousseff] já disse que era favorável e depois mudou” (“Polêmica do aborto faz Dilma se explicar a líderes cristãos”, ver POLÊMICA, 2010a). No dia 30 de setembro, a *Folha de S. Paulo* destacou nova pesquisa Datafolha, em que Dilma “estanca a queda” ao oscilar positivamente em um ponto e ficar com 52% dos votos válidos (“Dilma interrompe queda”; ver DILMA, 2010f).

### **3.3.2 O motivo da queda nas intenções de voto**

A queda nas intenções de voto da candidata Dilma Rousseff (PT), revelada pelos institutos de pesquisa, poderia ser “explicada” pelo acúmulo de notícias negativas definidas pela agenda dos escândalos políticos envolvendo os petistas no Governo Federal ou vinculados à candidata do partido. Essa era a ênfase das interpretações produzidas pelos jornais em seus editoriais ou textos jornalísticos. Porém, houve um “fato novo” para o noticiário: a constatação, através das pesquisas eleitorais, de que, efetivamente, a polêmica sobre o aborto havia produzido um efeito mais corrosivo à candidatura petista no eleitorado religioso, ao longo do primeiro

turno. Além disso, o resultado não foi provocado pelas manchetes dos jornais tradicionais, uma vez que o tópico aborto, embora estivesse presente em textos jornalísticos encontrados em 74 edições das 112 analisadas, nunca foi destaque da mídia convencional no primeiro turno. O tema estava sendo objeto de uso político de setores do campo religioso e do campo político em canais de comunicação próprios, como as emissoras de rádio e televisão religiosas, a internet e suas redes sociais (Twitter, Youtube, Facebook, e-mails) e comunicados diretos, nas igrejas, aos fiéis em celebrações religiosas.

Essa constatação está expressa na reportagem do *Estado de S. Paulo* de 2 de outubro “Após polêmica, Dilma caiu entre os evangélicos”. Nela, o jornal apresentou uma pesquisa do IBOPE tendo como recorte a religião declarada do eleitor. A reportagem mostra que em duas semanas “a candidata do PT teve uma queda de sete pontos percentuais nesse segmento do eleitorado [evangélicos], enquanto Marina e Serra cresceram”. Segundo o texto, “a partir do começo de setembro, a candidata do PT começou a perder apoio entre os evangélicos”. Até então, de acordo com a matéria, a preferência religiosa não era um fator preponderante na escolha do voto. O jornal indica o momento em que esse quadro começa a mudar:

A evolução da rejeição à Dilma mostra que algo novo começou a acontecer no início de setembro. De repente, começou a aumentar o número de eleitores evangélicos que diziam que não votariam na petista de jeito nenhum. Como a rejeição não aumentou nos demais eleitores era sinal de que havia algum problema novo na relação de Dilma com os evangélicos. [...]. Em outras palavras, a polêmica em torno da legalização do aborto pode ter tido um peso maior no refluxo das intenções de voto de Dilma nesta reta final de campanha do que as denúncias de corrupção no governo e os ataques de Lula à imprensa (TOLEDO, 2010 p. A15).

O texto, assinado pelo colunista do jornal José Roberto de Toledo, reconheceu que a temática dos escândalos políticos foi suplantada pela polêmica do aborto e também registrou que havia outro espaço onde os atores políticos atuavam sem os filtros e os controles do campo jornalístico tradicional e as redações dos jornais não estavam com a devida atenção: esse ativismo ocorreu pela internet. “A campanha ‘viral’ pela internet foi feita usando vídeos com declarações de Dilma em 2007 e agora. Fato inédito, uma questão religiosa pode ser responsável pelo segundo turno, se ele acontecer” (TOLEDO, 2010 p. A15).

Exemplos como o citado acima demonstram que os jornais “perceberam” que havia algo acontecendo fora de seu campo de atuação (e controle), a partir dos resultados das pesquisas eleitorais. E mais, que essa “novidade” poderia mudar o curso do resultado eleitoral. A confirmação de realização do segundo turno é o fator central que muda todo o contexto da cobertura jornalística nos jornais observados nesta pesquisa.

Diante da constatação dos efeitos da polêmica sobre o aborto na candidatura de Dilma Rousseff (PT), o campo jornalístico adaptou-se a essa realidade. A mudança no comportamento da mídia, com o crescimento da saliência e da frequência nas abordagens ao aborto também alterou a agenda de acompanhamento das atividades e das estratégias das candidaturas, guiando a pauta e os enquadramentos do noticiário para selecionar os episódios nesse novo contexto. Um exemplo disso foram as capas dos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Globo* de 2 de outubro, que destacam em fotos a candidata Dilma Rousseff (PT) presente ao batizado do neto, em Porto Alegre. O jornal carioca registra na legenda da foto que Dilma assiste ao batizado do neto como forma de “reforçar a imagem de católica e os vínculos com a igreja” (“Dilma vai à igreja, Marina canta e Serra dança”; ver DILMA, 2010h).

Às vésperas da eleição ainda no primeiro turno, portanto, o ambiente eleitoral já estava dominado pela agenda religiosa. Embora ainda permanecessem na pauta dos jornais os escândalos envolvendo o “Caso Erenice”, esse tema já dividia a agenda midiática, conforme registrou *O Estado de S. Paulo* de 10 de outubro. Nesse dia, os jornais apresentam imagens da visita ao papa Bento XVI, no Vaticano, do então presidente Lula, acompanhado da primeira-dama, Marisa Letícia, e da candidata Dilma Rousseff (PT). O texto e o título da reportagem (“Eleição mostra influencia das igrejas”) tentavam explicar os motivos dessa “invasão de temas morais e religiosos” na campanha:

A estridência com que o debate moral e religioso emergiu para o topo da agenda nessa eleição presidencial criou a sensação de aumento da influencia das igrejas sobre o voto e, de que, os candidatos – em especial Dilma Rousseff – foram pegos de surpresa e vitimados pelo dilúvio bíblico. Mas a religião está intensamente envolvida na política brasileira desde que o Descobrimento foi celebrado com uma missa. E os políticos têm lutado pelo voto religioso com a mesma sofreguidão que os pastores e bispos têm buscado influência e poder – seja por lobby ou participação direta nos partidos (SANT’ANNA, 2010, p. A11)<sup>26</sup>.

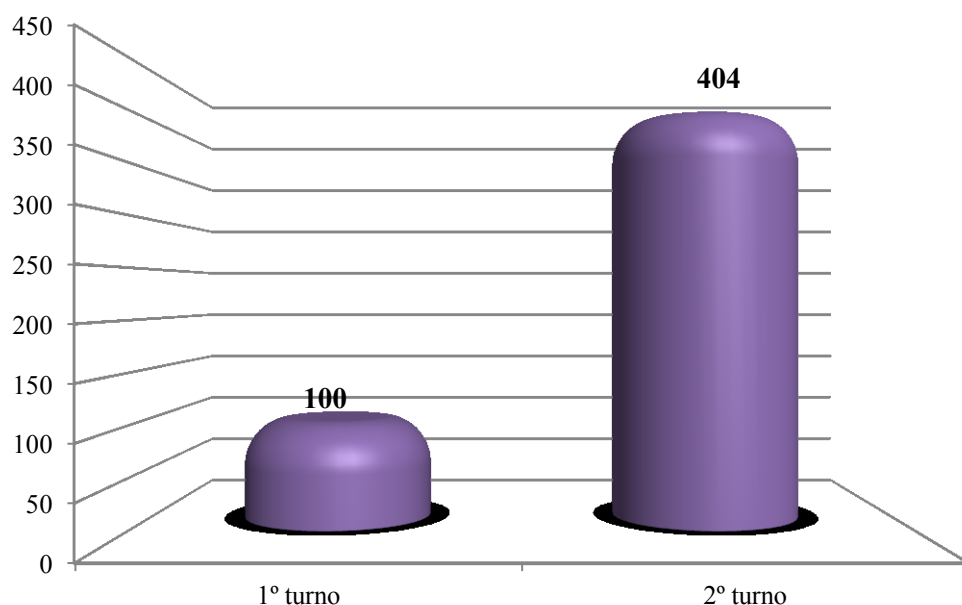
---

<sup>26</sup> A manchete desse dia no *Estado de S. Paulo* ainda tratava do caso Erenice: “Nomeado de Erenice aprovou superfaturamento nos Correios” (*O Estado de S. Paulo*, 10/10/10, manchete).

### 3.3.3 A “invasão” do aborto na cobertura jornalística do segundo turno

A análise quantitativa dos textos que compõem o corpus desta pesquisa, assim como a observação da presença dessas menções entre o primeiro e o segundo turnos, demonstra a transformação da agenda: houve um crescimento na intensidade de textos com referências ao aborto a partir do segundo turno eleitoral. Essa intensidade associada à saliência permite identificar com precisão a mudança no comportamento jornalístico em relação à abordagem do aborto nas eleições de 2010.

**Gráfico 1. Menções acumuladas em textos no primeiro e no segundo turnos eleitorais em 2010\***



\*Total de 504 textos com menções ao aborto encontrados nos jornais *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* no período de 11 de julho a 31 de outubro de 2010.

Primeiro turno - período: 11/07 a 3/10, data da eleição em primeiro turno em 2010.

Segundo turno - período: 04/10 a 31/10, data da eleição em segundo turno em 2010.

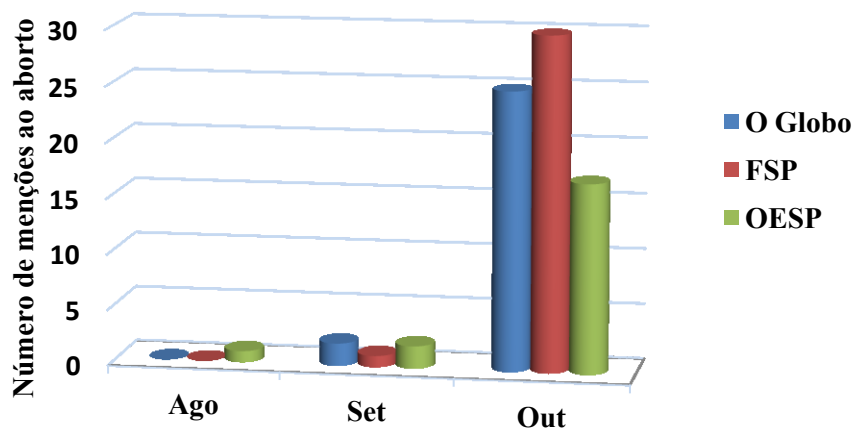
Fonte: a autora.

O cruzamento entre o total de textos com menções ao aborto – 504 textos presentes no escopo da pesquisa –, e o período eleitoral dividido entre o primeiro e segundo turnos revela

a presença maciça de textos tratando da polêmica do aborto no segundo turno eleitoral. Os 404 textos encontrados no segundo turno (ver gráfico 1) representam 80% do total de textos encontrados nesta pesquisa. Isso demonstra a extrema concentração na abordagem do assunto a partir de outubro, considerando o início do segundo turno no dia 4 de outubro, um dia após a eleição em primeiro turno, até o final do período em 31 de outubro, data da eleição em segundo turno.

A maior parte da cobertura jornalística do primeiro turno nunca deu relevância para o aborto. Isso só vai ocorrer a partir dos dias 29 e 30 de setembro, conforme já referido, quando a situação muda drasticamente e, então, o aborto assume preponderância e grande saliência na capa dos jornais, conforme demonstra o gráfico 2, abaixo, com a comparação por mês dos destaques ao aborto na capa dos jornais:

**Gráfico 2. Menções ao aborto nas capas dos jornais, 11 de julho a 31 de outubro de 2010\***



\*Total de referências ao aborto nas capas: 79

As capas observadas se referem aos 74 dias em que o tema aborto esteve presente no interior das edições, dentro do universo de 112 dias observados, que vai de 11 de julho a 31 de outubro de 2010.

Em alguns casos, o aborto foi referido mais de uma vez na mesma capa/edição.

Fonte: a autora.

Conforme o gráfico 2, acima, das 79 referências ao aborto presentes na capa dos jornais observados, onze delas (14%) foram ainda no primeiro turno das eleições<sup>27</sup>, considerando-se o dia 2 de outubro, véspera da eleição, como último dia do primeiro turno. A baixa intensidade de referências ao aborto na capa dos jornais no primeiro turno demonstra que o assunto não era motivo de atenção dos jornais, embora estivesse presente em textos identificados nesta pesquisa desde o dia 11 de julho, data de início da coleta do material.

A mudança no comportamento da mídia ocorre exatamente no final de setembro (dias 29 e 30). Conforme o gráfico 2 demonstra, das 79 referências ao aborto na capa dos três jornais, 86% delas (68 referências) ocorreram a partir do mês de outubro. Ao analisar a temática do aborto na capa dos jornais, é possível perceber que as manchetes sobre os escândalos políticos deram lugar à polêmica do aborto, a partir da constatação pelo campo jornalístico dos efeitos da polêmica no processo eleitoral e, sobretudo, da “explicação” para a queda das intenções de voto na candidata petista, o que teria “valor notícia” para incorporar o tema à agenda jornalística.

As referências ao aborto na capa foram quantitativamente diferenciadas em cada um dos jornais. A *Folha de S. Paulo* foi o jornal que mais registrou o termo na capa, com 32 referências (40,5%), seguida de *O Globo*, com 27 menções (34,2%), e *O Estado de S. Paulo* com 20 registros (25,3%).

**Tabela 1. Menções ao aborto nas capas dos jornais por jornal**

<b>Jornal</b>	<b>N. de citações na capa</b>	<b>Frequência de citações</b>
O Globo	27	34%
Folha de S. Paulo	32	41%
O Estado de S. Paulo	20	25%
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>

Fonte: a autora.

<sup>27</sup> As seis referências na capa no primeiro turno foram as seguintes. Em *O Estado de S. Paulo*: “Antiaborto e a favor da união gay” (18/08/10); “Dilma combate boato sobre aborto e faz reunião com igrejas” (29/09/10); “Polemica do aborto faz Dilma se explicar a líderes cristãos” (30/09/10); “Dilma perde votos entre os evangélicos” (02/10/10). Em *O Globo*: “De olho no segundo turno Marina ataca Dilma e Serra” (27/09/10); “Aborto opõe Marina e Dilma e esquentou guerra de candidatas” (30/09/10); “Debate sem polêmica fecha a campanha presidencial” (01/10/10); “Na TV Serra canta e Dilma exhibe Lula” (01/10/10); “Dilma vai à igreja, Marina canta e Serra dança” (02/10/10). Na *Folha de S. Paulo*: “Dilma tenta frear perda de voto com apela à militância” (29/09/10); “Após crítica dos religiosos, Dilma batiza o neto no RS” (02/10/10).

A observação por editoria permite identificar outro aspecto interessante: os textos com menções ao aborto nas capas dos jornais estavam concentrados nas editorias de política e de cobertura da campanha eleitoral, conforme a tabela 2.

**Tabela 2. Menções ao aborto na capa X editoria/seção do jornal\***

<b>Editoria/seção do jornal</b>	<b>Citações/menções</b>	<b>Frequência</b>
O País/Poder/Nacional	60	76%
Cadernos especiais Eleições 2010	11	14%
Opinião (colunas, artigos, editorial, entrevistas)	7	9%
Rio/Cotidiano/Metrópole	0	0%
Segundo Caderno/Ilustrada/Caderno 2	1	1%
Saúde/Ciência/Vida	0	0%
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>

\*Os textos registrados nesta tabela são exclusivamente aqueles dos quais houve menção na capa dos jornais.  
Fonte: a autora.

Na tabela 2 podemos identificar que os textos com menções ao aborto na capa dos jornais estavam concentrados no primeiro caderno, na cobertura política, com 60 referências (76%) e no caderno especial, destinado à cobertura eleitoral, com 11 (14%) referências. Os textos de opinião mereceram sete registros na capa (9%). Com esse dado é possível identificar o uso estratégico do enquadramento do aborto na cobertura política. Ou seja, 90% dos registros sobre o aborto na capa dos jornais durante as eleições de 2010 consistiram em abordagens vinculadas à disputa eleitoral.

### **3.3.4 Menções diárias ao aborto**

Quando observamos a frequência diária com que o aborto foi referido nos textos jornalísticos, ficam mais evidentes os mecanismos do agendamento. Chama a atenção a mudança no comportamento da cobertura jornalística ao comparar os dois períodos eleitorais. Pela análise diária dos textos jornalísticos percebe-se que o tema do aborto estava presente em textos jornalísticos desde o período inicial da observação, em 11 de julho. No total de referências, os jornais *O Globo* e *O*



*Estado de S. Paulo* possuem a mesma quantidade de textos, 152 (30% cada um). Já a *Folha de S.Paulo* explorou um pouco mais o tema, considerando as 200 menções (40%) diárias, conforme a tabela 3:

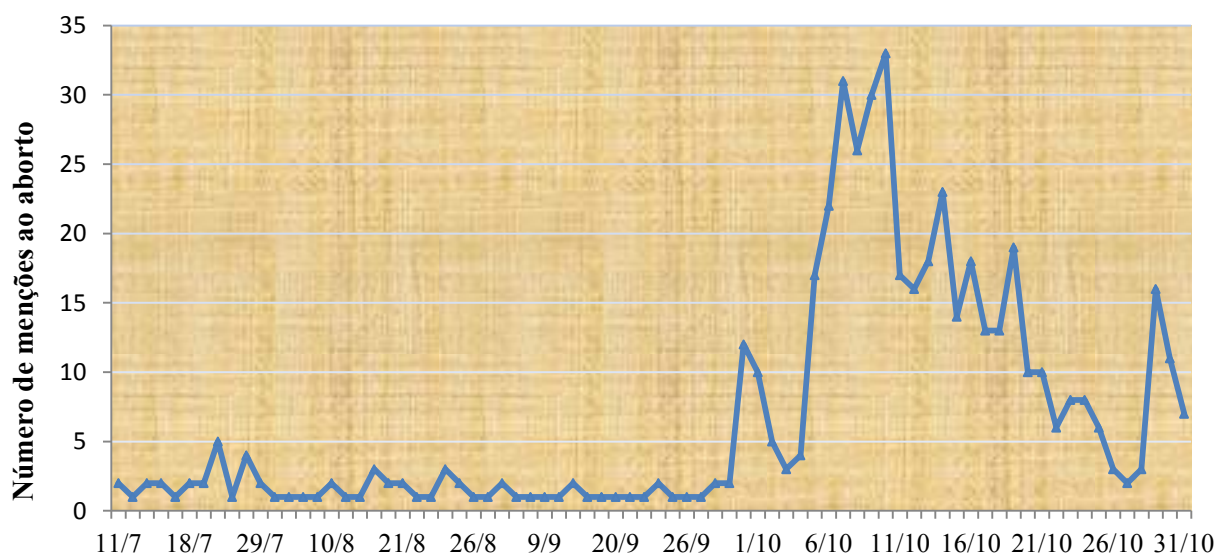
**Tabela 3. Menções diárias ao aborto por jornal, entre 10 de julho e 31 de outubro**

Jornal	N. de menções	Frequência
O Globo	152	30%
Folha de S.Paulo	200	40%
O Estado de S. Paulo	152	30%
<b>Total</b>	<b>504</b>	<b>100%</b>

Fonte: a autora.

Na análise das referências diárias, percebe-se que a temática do aborto esteve presente em textos desde o início de julho, mas sem destaque. Em um determinado momento, porém, houve uma presença mais intensa. Nos dias 23 de julho, com cinco (5) menções (três no *Globo* e uma na *Folha* e uma no *Estadão*), e 25 de julho, com quatro (4) menções (três no *Globo* e uma na *Folha de S.Paulo*). À parte esses dois dias, o aborto foi sempre um tema de baixa atenção na mídia, como demonstra o gráfico 3:

**Gráfico 3. Menções diárias ao aborto, de 11 de julho a 31 de outubro de 2010**



Fonte: a autora.

O episódio que mobiliza o noticiário em 23 e 25 de julho é a publicação no site oficial da CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil) de um artigo do principal ativista religioso antiaborto e ferrenho opositor da candidatura de Dilma Rousseff (PT), o bispo de Guarulhos, d. Luiz Gonzaga Bergonzini. Sem tratar do assunto antes, no dia 23, *O Globo* registra em um canto de página que a entidade religiosa retirou do site oficial na internet o artigo, depois da repercussão negativa que o texto provocou. Apesar da atitude da entidade, a matéria registra que o bispo reiterou sua posição em entrevista ao jornal, “classificando a petista como uma ‘abortista’, que tenta mascarar seu pensamento sobre a descriminalização do aborto no país para evitar prejuízo nas urnas” (“CNBB tira de site texto de bispo contra Dilma”; ver SUWWAN, 2010, p. 15).

A *Folha de S. Paulo* publicou na primeira edição do dia 23 de julho que o bispo de Guarulhos, d. Luiz Bergonzini, havia divulgado “uma nota pregando boicote a Dilma em missas de 37 paróquias da cidade por causa do apoio do PT à descriminalização do aborto e pelas teses defendidas no PNDH3”. O jornal registra que a nota chegou a ser publicada no site da CNBB, complementando que o religioso afirma que o PT é “contrário aos valores da família”. A matéria não permaneceu na segunda edição do jornal (que fecha por volta das 23h) (“Bispo diz que Dilma é pró-aborto e prega boicote em missas”; ver ZAMBELLI, 2010). *O Estado de S. Paulo*, por outro ângulo, avançou para as estratégias do PT e dedicou a abertura da página à orientação dada pelo presidente Lula para que seu chefe de gabinete e “ex-seminarista”, Gilberto Carvalho, aproximasse a candidata petista da Igreja Católica, organizando visitas e a acompanhando em encontros e conversas com religiosos católicos. O texto registra a preocupação do presidente Lula “com a disseminação de rumores que têm criado mal-estar entre religiosos e a candidata do PT, Dilma Rousseff (PT). [...] Lula quer evitar que Dilma seja carimbada como defensora do aborto e ganhe a antipatia de bispos e padres” (“Assessor de Lula busca aproximar Dilma de católicos”; ver ROSA, 2010b, p. A8).

No dia 25 de julho foram quatro menções ao aborto, três textos na reportagem de *O Globo* e um pequeno texto, também na reportagem, na *Folha de S. Paulo*. O jornal carioca abre uma página para apresentar o resultado de uma pesquisa feita pelo veículo com seus leitores e internautas para que votassem nas promessas dos candidatos que considerassem

relevantes, produzindo o “promessômetro”. O aborto estava em oitavo lugar das mais votadas. Em seguida o texto concentrou-se em explorar a proposta de Marina Silva (PV), posicionando-se contra o aborto e propondo um plebiscito e na opinião de cientista político sobre o acerto da candidata ao buscar uma saída dúbia, pois acumularia pontos dos dois lados (DE OLHO, 2010)<sup>28</sup>.

A editoria O País, do *Globo*, ainda apresenta um pequeno texto na mesma página em que o aborto é citado, mas o centro da abordagem é a pouca familiaridade do candidato a presidente José Serra (PSDB) com seu vice, Índio da Costa (DEM). O texto informa que, durante uma fala no Rio, Índio da Costa disse: “Serra não é como estes políticos que falam em querer liberar a maconha, querer liberar o aborto”. A nota registra que essa declaração “atropela o aliado Fernando Gabeira”, candidato do PV ao governo do Rio e defensor histórico destes temas (“Um vice ainda pouco afinado com Serra”, ver UM VICE, 2010, p. 12). A terceira referência feita pelo *Globo* nesse dia informa que a candidata Dilma Rousseff (PT) assumiu o compromisso no encontro da Associação das Assembleias de Deus no Brasil de “não defender ou se declarar a favor da liberação do aborto e outros temas polêmicos” (“Dilma muda discurso para evangélicos”, ver DILMA, 2010a, p. 16).

Já a *Folha de S.Paulo* dedica um pequeno box para registrar que a candidata petista enfrentou manifestação de evangélicos, no Distrito Federal, ao visitar a Convenção Nacional das Assembleias de Deus (“Dilma enfrenta manifestação de evangélicos no DF”; ver DILMA, 2010b, p. A10).

Por esses registros, ainda em julho, é possível perceber que o campo político e setores do campo religioso já articulavam estratégias que usavam a temática do aborto como instrumento político. No entanto, o tema não chamava a atenção da mídia, ou não foi considerado relevante o bastante para receber um espaço de destaque.

O gráfico 3 confirma a mudança na intensidade e frequência das menções diárias no final de setembro, a partir dos dias 29 e 30. De uma média inicial de um a três textos por dia, a edição de 30 de setembro, por exemplo, teve um salto para 12 menções, indicando que o assunto tornou-se relevante e passou a ser tratado em vários textos na mesma edição. Além das doze menções no dia 30 de setembro, outros dez textos mencionaram o aborto no dia seguinte, 1º de outubro. A partir do dia 5 de outubro, dois dias após a eleição em primeiro turno, e já com os resultados da

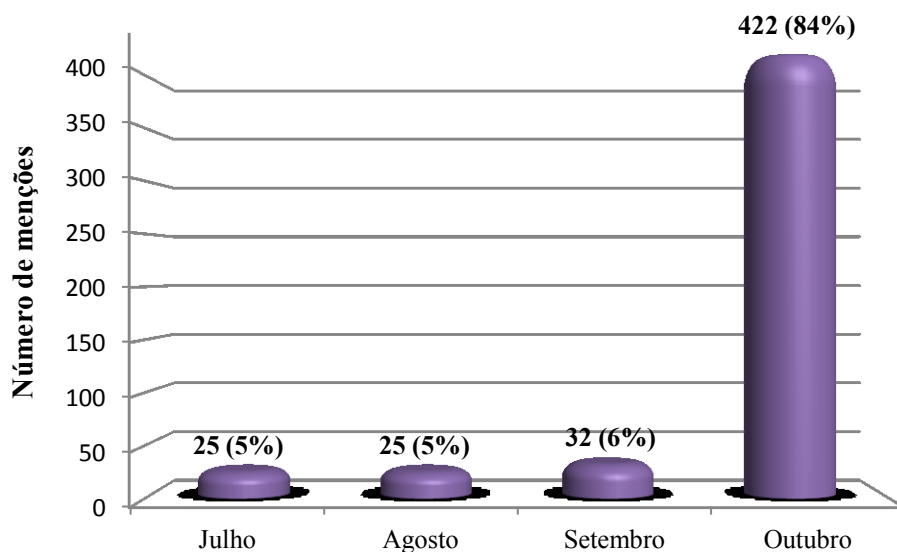
---

<sup>28</sup> No acervo on-line do *Globo*, há uma segunda edição da mesma página 12 em que a matéria “De olho nas promessas fundamentais” deixa de ser abertura de página para se tornar o segundo texto da página.

primeira votação apurados, o aborto passa a ser tratado de forma intensa e diária pelos três jornais observados.

Em outro recorte, as menções diárias divididas por mês também demonstram que foi no mês de setembro que o campo jornalístico passou a tratar do assunto, confirmando a frequência/intensidade como uma das características do agendamento. Na imagem 4, abaixo, é possível perceber a mudança nas menções ao aborto com um crescimento vertiginoso a partir de setembro:

**Gráfico 4. Menções acumuladas por mês, de julho a outubro de 2010**



Fonte: a autora.

Na imagem mensal, é possível visualizar a concentração da abordagem ao aborto no mês de outubro, confirmando o agendamento a partir do segundo turno. Nos dois primeiros meses de observação, julho e agosto, foram encontrados 25 textos (5% do total) em cada mês, considerando as referências nos três jornais analisados. Em setembro foram 32 citações (6% do total). O salto nas menções ocorre exatamente no dia 30 de setembro, com 12 registros somente nessa data. É quando *O Globo* e *O Estado de S. Paulo* citam pela primeira vez em suas manchetes o aborto como tema da disputa eleitoral. *O Globo*, por exemplo, tratou do assunto na manchete, em duas reportagens (incluindo a de capa) e na coluna de Merval Pereira, importante colunista do jornal. *O Estado de S. Paulo* abordou o assunto em quatro reportagens, incluindo a capa. Já a *Folha de S. Paulo* citou o tema pela primeira vez na capa do dia anterior, 29 de setembro, quando registrou

a queda nas intenções de voto a Dilma Rousseff (PT) e o aborto como uma das hipóteses para explicar a perda de votos. No dia 30 de setembro, tratou do aborto em cinco textos: três reportagens, a coluna de José Simão (Ilustrada) e uma nota na coluna fixa da editoria política do jornal, o Painel.

Os dois últimos dias do mês de setembro marcam uma mudança editorial profunda na cobertura eleitoral dos três jornais observados. Conforme demonstra o gráfico 4, acima, do total de 504 textos que compõem o *corpus* desta pesquisa, 422 (84%) estão publicados nas edições de outubro. Isso significa que houve um reordenamento na agenda da mídia na virada para o segundo turno das eleições presidenciais.

### **3.3.5 A concentração da temática do aborto nas reportagens: a construção da notícia na disputa eleitoral**

As notícias são, na verdade, o resultado de um conjunto de ocorrências selecionadas pelos agentes do campo jornalístico e transformadas em “acontecimento público” através da propagação e divulgação pelos meios de comunicação. É essa característica que dá ao campo jornalístico importância estratégica nas sociedades modernas, por ser reconhecida como uma esfera “legítima” no plano simbólico para dar significado aos acontecimentos e oferecer uma “narrativa” aos episódios, com visibilidade e propagação capaz de tornar esses acontecimentos tema de discussão pública.

A forte presença nas editorias de política e nos cadernos especiais de eleições, associado à concentração dos textos nas reportagens, permite considerar que houve uma estratégia organizada pelos agentes do campo político e setores religiosos com o objetivo de orientar a agenda jornalística de cobertura política em torno da polêmica sobre o aborto e utilizá-la como instrumento da disputa eleitoral. As pesquisas eleitorais do final de setembro indicaram um novo rumo para o eixo de abordagem estratégica do campo jornalístico e, então, ocorreu a migração da agenda para a temática do aborto, que já estava presente na agenda política.

Na tabela 4 é possível identificar a forte concentração da polêmica na reportagem política.

**Tabela 4. Presença do tema aborto por tipo de texto X editoria**

<b>Editoria/ seção X Tipo de texto</b>	<b>O País/ Poder/ Nacional</b>	<b>Cadernos especiais Eleições 2010</b>	<b>Opinião</b>	<b>Rio/ Cotidiano/ Metrópole</b>	<b>Segundo Caderno/ Ilustrada/ Caderno 2</b>	<b>Saúde/ Ciência/ Vida</b>	<b>Total/ tipo de texto</b>
Entrevistas	15 (4%)	3 (5%)	0 (0%)	0 (0%)	3 (21%)	0 (0%)	<b>21 (4%)</b>
Reportagens	273 (76%)	49 (79%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	4 (100%)	<b>326 (65%)</b>
Colunas	33 (10%)	9 (14%)	22 (39%)	4 (57%)	5 (36%)	0 (0%)	<b>73 (14%)</b>
Artigos	9 (2%)	1 (2%)	22 (39%)	0 (0%)	4 (29%)	0 (0%)	<b>36 (7%)</b>
Editoriais	1 (0%)	0 (0%)	12 (21%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	<b>13 (3%)</b>
Coluna fixa	30 (8%)	0 (0%)	0 (0%)	3 (43%)	2 (14%)	0 (0%)	<b>35 (7%)</b>
<b>Total textos/ editoria</b>	<b>361 (100%)</b>	<b>62 (100%)</b>	<b>56 (100%)</b>	<b>7 (100%)</b>	<b>14 (100%)</b>	<b>4 (100%)</b>	<b>504 (100%)</b>

Fonte: a autora

As linhas verticais da tabela 4 demonstram que a abordagem sobre o aborto no período eleitoral estava nos primeiros cadernos, onde a cobertura política é o foco (O País/Poder/Nacional). Agora, ao analisar o conjunto de textos que fazem parte da pesquisa, confirma-se essa informação. Dos 504 textos presentes na pesquisa, 361 (72%) estão nas editorias de política, que são seguidas pelos espaços exclusivos de cobertura eleitoral (cadernos especiais), com 62 textos (12%). Se somarmos os textos presentes nos primeiros cadernos e nos especiais de cobertura eleitoral, teremos 423 textos ou 84% das referências ao aborto nos textos de cobertura jornalística das eleições. Isso demonstra o quanto a temática do aborto foi vinculada à agenda das eleições e ao debate político- eleitoral. Apenas como um exemplo, os cadernos que tenderiam a tratar o aborto numa perspectiva voltada à ciência ou à saúde tiveram somente quatro reportagens ou 1% do universo total de textos que compõem a pesquisa, reforçando o foco na cobertura das estratégias eleitorais dos candidatos.

Outro dado a ser destacado é a grande concentração dos textos na reportagem. Foram 326 textos (65%) do total dessa pesquisa. Desse universo, 322 deles (99%) estavam concentrados na cobertura política (O País/Poder/Nacional) e eleitoral (cadernos especiais Eleições 2010). Somente quatro reportagens (1%) foram produzidas para os cadernos de Saúde/Ciência/Vida.

Da mesma forma, se analisarmos esse universo por jornal, igualmente a intensidade da abordagem reflete os mesmos resultados. Houve um volume médio muito semelhante entre os jornais. Os dados permitem considerar que a cobertura foi homogênea, focada na estratégia eleitoral para o tratamento do assunto.

**Tabela 5. Presença do tema aborto por jornal X tipo de texto**

<b>Jornal/ Tipo de texto</b>	<b>O Globo</b>	<b>Folha de S.Paulo</b>	<b>O Estado de S. Paulo</b>	<b>Total</b>
Entrevistas	3% (5)	5% (11)	3% (5)	<b>4% (21)</b>
Reportagens	74%(113)	49% (98)	76% (115)	<b>65% (326)</b>
Colunas	7% (11)	24% (49)	9% (13)	<b>14% (73)</b>
Artigos	5% (8)	7% (15)	9% (13)	<b>7% (36)</b>
Editoriais	3% (4)	3% (7)	1% (2)	<b>3% (13)</b>
Notas de coluna	7% (11)	10% (20)	3% (4)	<b>7% (35)</b>
<b>Total</b>	<b>100% (152)</b>	<b>100% (200)</b>	<b>100% (152)</b>	<b>100% (504)</b>

Fonte: a autora.

A *Folha de S.Paulo* abordou o assunto de forma levemente mais elevada do que os outros dois impressos. Além disso, os dados demonstram que o aborto teve mais tratamento pelos agentes que ocuparam os espaços de opinião do jornal. Chama a atenção a grande quantidade de editoriais publicados pelo impresso, em comparação com os concorrentes. Foram sete (58%), enquanto o *Globo* publicou quatro (31%), e o *Estadão* dois editoriais (15%) no total de 13 textos nesse segmento. Isso também evidencia o quanto o tema mobilizou editorialmente a *Folha*. Por outro lado, o espaço da reportagem do *Estado de S. Paulo* e do *Globo* teve mais abordagens sobre o aborto, com 115 e 113 textos, respectivamente, enquanto a *Folha de S.Paulo* publicou 98 reportagens com menções ao tema.

Apesar da concentração dos veículos de comunicação na cobertura das estratégias dos candidatos sobre a temática, uma exceção, no entanto, merece registro. O *Globo* publicou como reportagem de capa no dia 10 de outubro um levantamento que revela a grave situação das mulheres que praticam o aborto de forma clandestina, sem assistência da rede de saúde pública (“Polêmica na campanha presidencial, aborto ilegal mata uma mulher a cada dois dias”). Mesmo

sem adotar uma posição pró-descriminalização<sup>29</sup>, a reportagem apresentou dados estatísticos sobre a prática no Brasil mostrando que uma mulher a cada dois dias morre em consequência do procedimento. O texto apresenta opiniões de especialistas e pesquisadores e relatos de mulheres vítimas ou com familiares que passaram pela experiência. Na abertura, a reportagem critica o enfoque da campanha eleitoral para o assunto:

Enquanto religião e política se misturam na campanha eleitoral, uma mulher aborta a cada 33 segundos e a prática insegura mata uma brasileira a cada dois dias [...]. Tema polêmico, desde que o aborto passou a ser assunto central da campanha, sendo responsável, segundo pesquisas, por ajudar a levar as eleições para o segundo turno, os candidatos José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT) têm se esforçado para manter a discussão vinculada ao viés moral e religioso (BENEVIDES; FARAH, 2010a, p. 3).

O texto também reforçou as críticas sobre o tratamento do assunto nas eleições, posição igualmente já expressa pelo jornal em editorial:

O debate não devia tratar de quem é contra e quem é a favor, mas de como é possível resolver um problema de saúde pública [...], diz Paula Viana do grupo Curumim que pesquisou a questão em cinco estados (BENEVIDES; FARAH, 2010a, p. 3).

A reportagem se diferenciou da maioria dos textos observados nesta pesquisa porque apresentou posicionamento de fontes que ao longo do período analisado, no entanto, não tiveram o mesmo espaço de fala. Como veremos no capítulo seguinte, há uma profunda predominância das fontes políticas e religiosas nos textos de reportagem em detrimento de fontes da sociedade civil. Isso implica dizer que o campo jornalístico, ao selecionar determinadas fontes em detrimento de outras para falar sobre o aborto, também contribuiu para construir uma abordagem conservadora, concentrando a cobertura nas estratégias eleitorais e no questionamento moral sobre as posições dos candidatos em relação ao assunto.

Por fim, a contextualização dos episódios envolvendo a polêmica sobre o aborto nas eleições de 2010 confirma o que a literatura sobre o agendamento apresenta quanto à relação entre a agenda pública, a agenda política e a agenda jornalística (TRAQUINA, 2000, p. 19). Sem dúvida, houve uma interação e uma concorrência entre indivíduos e agentes de campos sociais

---

<sup>29</sup> O *Globo* defendeu em editorial o planejamento familiar como método eficaz para diminuir a gravidade do problema social



distintos do campo jornalístico que produziram acontecimentos com efeitos no processo eleitoral e na agenda política. Isso ocorreu de tal forma que foi detectado pelos institutos de pesquisa. Foi quando o assunto chamou a atenção do campo jornalístico, tornando-se “visível” e, dessa forma, temática relevante para a agenda da mídia.

A partir disso, os jornais reorientam seu eixo de cobertura e passam a destacar as mudanças nas estratégias das campanhas. A coordenação de campanha petista reorientou sua estratégia no sentido de “tirar a agenda religiosa, incluindo a polêmica do aborto, imediatamente do foco da campanha [...]” (“Lula determina guinada na campanha de Dilma, que vai explorar privatizações”, *Folha de S.Paulo*, 06/10/10, p. Especial 1). Ao mesmo tempo, os estrategistas de José Serra (PSDB) mudaram seu foco no sentido de aprofundar o debate sobre questões morais e religiosas envolvendo o aborto, como registrou a reportagem que acompanhou as atividades do candidato a vice-presidente da chapa tucana, Índio da Costa (DEM). O texto revelou que durante encontro do candidato a vice com mais de 500 lideranças políticas e comunitárias no Rio de Janeiro, foi discutida a estratégia para o segundo turno: “colar em Dilma temas polêmicos” (“Índio pede que classe média não viaje e vote”; ver BRUNO, 2010, p. 12).

### **3.3.6. A concentração da cobertura do segundo turno**

É fato que os agentes do campo político e setores religiosos construíram situações, eventos ou acontecimentos que tornaram a temática do aborto uma agenda vinculada às estratégias políticas. Mas há aspectos em que a noticiabilidade, o interesse jornalístico e o valor notícia também podem produzir uma confluência de interesses contribuindo para favorecer um lado da disputa. Mesmo que as empresas de comunicação num primeiro momento entendessem que este não deveria ser o foco da cobertura eleitoral, a frequência e a intensidade com que o campo jornalístico tratou a polêmica no segundo turno demonstram que houve uma mudança na condução editorial, o que serviu para reforçar a relevância da agenda do aborto dando destaque e visibilidade e fazendo com que se tornasse um assunto “de interesse público”, uma vez que era o tema central do noticiário eleitoral.

A concentração na abordagem da temática no mês de outubro pode ser constatada pela tabela 6, com a análise das menções diárias.

**Tabela 6. Menções diárias do tema aborto X editoria/seção do jornal (em ordem decrescente)**

<b>Data</b>	<b>Entrevista</b>	<b>Reportagem</b>	<b>Coluna</b>	<b>Artigo</b>	<b>Editorial</b>	<b>Nota de coluna fixa</b>	<b>Total</b>
31/10/2010	0	5	1	0	1	0	7
30/10/2010	0	9	2	0	0	0	11
29/10/2010	0	10	2	0	0	4	16
28/10/2010	0	0	1	1	1	0	3
27/10/2010	0	2	0	0	0	0	2
26/10/2010	0	1	2	0	0	0	3
25/10/2010	0	3	0	3	0	0	6
24/10/2010	1	5	1	1	0	0	8
23/10/2010	1	2	2	2	0	1	8
22/10/2010	0	6	0	0	0	0	6
21/10/2010	0	6	2	0	0	2	10
20/10/2010	2	6	2	0	0	0	10
19/10/2010	0	12	4	2	1	0	19
18/10/2010	0	8	2	1	0	2	13
17/10/2010	1	5	4	2	0	1	13
16/10/2010	0	11	1	2	1	3	18
15/10/2010	0	8	3	1	1	1	14
14/10/2010	1	16	2	2	1	1	23
13/10/2010	0	12	4	1	0	1	18
12/10/2010	0	10	2	1	2	1	16
11/10/2010	0	11	0	5	1	0	17
10/10/2010	1	17	6	4	1	4	33
09/10/2010	4	21	4	1	0	0	30
08/10/2010	1	20	4	9	1	0	26
07/10/2010	3	20	4	1	0	3	31
06/10/2010	1	17	2	0	1	1	22
05/10/2010	1	13	1	1	0	1	17
04/10/2010	0	2	2	0	0	0	4
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>258</b>	<b>58</b>	<b>33</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>404</b>

Fonte: a autora.

A tabela 6 mostra um total de 404 menções diárias ao aborto porque é considerado para essa análise somente o segundo turno das eleições em 2010, compreendido entre 4 de outubro (um dia após a eleição em primeiro turno) e o dia 31 de outubro de 2010, data da eleição em segundo turno. Por esse indicador percebe-se a grande concentração nas abordagens sobre o aborto durante o mês de outubro, sobretudo a partir do segundo turno. Do universo total de 504 textos presentes no período de 11 de julho a 31 de outubro, 80% deles foram publicados nos 28 dias do segundo turno eleitoral. Mesmo que o campo jornalístico disputasse a necessidade da agenda dos escândalos políticos, os episódios construídos pelos agentes de campos distintos ao jornalístico conseguiram impor sua agenda no debate político-eleitoral.

Uma evidência da forte mobilização de segmentos religiosos para determinar a temática do aborto na eleição de 2010 foi registrada pelos jornais de 29 de outubro. Nessa data, os impressos analisados estamparam nas manchetes declaração do papa Bento XVI pedindo que o eleitor brasileiro considerasse a questão do aborto na hora de votar (“Papa cobra ação de bispos do Brasil contra o aborto”, *Folha de S.Paulo*, 29/10/10, manchete; “Papa quer que eleitor no Brasil considere o aborto”, *O Estado de S. Paulo*, segunda manchete). A manchete de *O Globo* informa que a manifestação do papa Bento XVI foi motivada por mobilização de bispos brasileiros moderados e conservadores (“Pressão de bispos dá certo e papa interfere na eleição”, *O Globo*, 29/10/10, manchete). Apesar de todo o intenso debate sobre o aborto e seu potencial efeito contra a candidatura petista, no mesmo dia 29 a *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S. Paulo* destacam pesquisa IBOPE que dá a Dilma Rousseff (PT) uma vantagem de 13 pontos sobre José Serra (PSDB).

É interessante observar o que ocorreu durante o período de 22 a 28 de outubro, quando houve uma queda considerável nas abordagens sobre o aborto depois de um período de grande presença no noticiário, conforme demonstra a tabela 6. Nessa semana, a imprensa destacou um novo escândalo envolvendo profissionais da área de comunicação da campanha petista. Houve troca de acusações entre integrantes do *staff* da petista sobre a responsabilidade pelo vazamento para a revista *Veja* da existência de um suposto dossiê com os dados fiscais do candidato José Serra, que teriam sido roubados de um dos jornalistas contratados para a campanha de Dilma Rousseff por um integrante da cúpula partidária (ver PETISTA, 2010).

O episódio foi considerado parte de uma disputa de poder entre grupos dentro da coordenação da campanha do PT. O outro assunto dominante daquela semana foi o depoimento da ex-ministra Erenice Guerra à PF em que admitiu ter se reunido com um empresário a pedido do filho, outro escândalo que movimentou o noticiário no primeiro turno (ver ERENICE, 2010). Os dois episódios demonstram o quanto os escândalos políticos são centrais para o campo jornalístico: quando houve um fato novo, imediatamente o aborto deixou de ser relevante.

### **3.3.7. A disputa da agenda jornalística nos espaços de opinião**

A definição da agenda jornalística não é algo estanque ou definido apenas por um bloco coeso e monolítico. Ao contrário, em alguns casos, ela pode ser o resultado de uma intensa competição entre o campo jornalístico e outros campos. Os dados e a análise da pesquisa empírica presente neste trabalho demonstram que houve essa disputa identificada nos editoriais dos jornais analisados que criticaram a abordagem do aborto como temática eleitoral. A temática dos escândalos políticos foi explicitamente defendida como assunto mais relevante e com maior impacto sobre a campanha eleitoral do que a utilização de um tema determinado pela agenda conservadora de grupos religiosos. A comparação entre as menções ao aborto nos textos jornalísticos do primeiro e do segundo turnos demonstra que o campo jornalístico teve que reorientar sua cobertura para a nova agenda.

Antes de uma análise sobre os editoriais, é importante identificar os dados quantitativos sobre a presença do aborto nos textos de opinião dos três impressos observados. Os jornais mencionaram o aborto em 143 textos de opinião divididos entre editoriais, artigos, colunas, entrevistas (tabela 7). Esses textos foram encontrados tanto em espaços tradicionais de opinião (páginas iniciais, reservadas aos editoriais ou a colunistas fixos) como em outros cadernos – Eleições 2010, Rio/Cotidiano/Metrópole, cadernos de cultura, etc.. Portanto, quando nos referimos aos espaços de opinião do jornal, tratamos não de uma editoria específica, mas de um texto de opinião publicado na edição. Por editoria, os textos de opinião foram assim distribuídos:

**Tabela 7. Textos de opinião X editoria**

<b>Editoria/ Seção do jornal</b>	<b>Menções /texto</b>	<b>Percentual</b>
O País/ Poder/ Nacional	58	40%
Caderno Eleições 2010	13	10%
Opinião	56	39%
Rio/ Cotidiano/ Metrópole	4	3%
Segundo Caderno/ Ilustrada/ Caderno 2	12	8%
Saúde/ Ciência/ Vida	0	0%
<b>Total de textos</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Fonte: a autora

Os 143 textos de opinião corresponderam a 28% do universo total de 504 textos presentes nesta pesquisa. Além disso, as menções ao aborto nos textos de opinião distribuídos por jornal demonstram que a *Folha de S.Paulo* foi o jornal que mais publicou textos com opinião sobre a temática do aborto. Foram 82 textos contra 28 do *Globo* e 33 do *Estado de S. Paulo*, o que demonstra uma atenção especial para a polêmica nos espaços para a opinião na *Folha*:

**Tabela 8. Menções ao aborto em textos de opinião por jornal**

<b>Tipo de Texto/ Jornal</b>	<b>Entrevista</b>	<b>Coluna</b>	<b>Artigo</b>	<b>Editorial</b>	<b>Total de textos/jornal</b>
O Globo	5 (24%)	11 (15%)	8 (22%)	4 (31%)	<b>28 (20%)</b>
Folha de S.Paulo	11 (52%)	49 (67%)	15 (42%)	7 (54%)	<b>82 (57%)</b>
O Estado de S. Paulo	5 (24%)	13 (18%)	13 (36%)	2 (15%)	<b>33 (23%)</b>
<b>Total de textos</b>	<b>21 (100%)</b>	<b>73 (100%)</b>	<b>36 (100%)</b>	<b>13 (100%)</b>	<b>143 (100%)</b>

Fonte: a autora

Os 82 textos publicados na *Folha de S.Paulo* (tabela 8, linha horizontal) correspondem a 57% dos 143 textos de opinião publicados nos três jornais. O tema mobilizou os colunistas do jornal, que abordaram a temática do aborto em 49 textos, ou 67% do total de 73 colunas, seguidas

de 15 artigos (42% dos 36 textos), 11 entrevistas (52% do total de 21 entrevistas) e sete editoriais (54% de um total de 13 textos nesta categoria).

Os 33 textos do jornal *O Estado de S. Paulo* correspondem a 23% dos 143 textos de opinião presentes no *corpus* desta pesquisa. Foram 13 colunas (ou 18% dos 73 textos dessa categoria presentes na pesquisa) e 13 artigos (36% dos 36 artigos), além de cinco entrevistas (24% das 21 entrevistas) e dois editoriais ou 15% dos 13 editoriais presentes na pesquisa.

Já *O Globo* publicou 11 colunas (15% do total das 73 colunas), oito artigos (22% dos 36 artigos publicados), cinco entrevistas (24% das 21 entrevistas) e quatro editoriais (31% dos 13 editoriais presentes na pesquisa).

Os dados da pesquisa também revelam um paradoxo entre as posições expressas nos textos de opinião e a incorporação do tema na agenda jornalística. O uso da temática do aborto nas eleições foi criticado pela maioria das opiniões expressas nos impressos. Seja por articulistas eventuais ou colunistas fixos dos jornais e mesmo pelos editoriais, a maioria das posições condenou a exploração do assunto no debate eleitoral. Mesmo assim, como vimos, essa agenda foi amplamente explorada pelos meios de comunicação a partir de outubro, quando se tornou uma hipótese plausível a influência da temática do aborto no resultado das eleições. Essa aparente contradição sugere que houve uma confluência de interesses que, embora divergentes no princípio, tornaram-se convergentes no segundo turno eleitoral.

No próximo capítulo, analisaremos os enquadramentos e as vozes presentes nesses textos com mais detalhe. Porém, cabe aqui demonstrar alguns registros gerais:

**a) Entrevistas** - Nas 21 entrevistas publicadas pelos três veículos (tabela 8), encontramos a maioria das vozes vinculadas ao campo político e religioso. Foram entrevistadas lideranças políticas como o então deputado Ciro Gomes (PSB), o presidente nacional do PT, José Eduardo Dutra, o chefe de gabinete do presidente Lula, Gilberto Carvalho, assim como candidatos à Presidência no primeiro turno (Plínio de Arruda Sampaio, Marina Silva), e pesquisadores acadêmicos, como Francisco Oliveira, além da personagem religiosa símbolo da cruzada antiaborto naquelas eleições, o católico d. Luiz Gonzaga Bergonzini, que foi ouvido pelo *Estado de S. Paulo* em 1º de outubro e pela *Folha de S. Paulo* em 7 de outubro. As entrevistas em geral foram críticas ao uso do aborto como estratégia de campanha, ou mesmo procuravam justificar os argumentos dos candidatos para o assunto. A exceção foi Bergonzini. A *Folha de S. Paulo* foi o

veículo que publicou a maior parte das entrevistas (11). Além dos já citados, o jornal paulista ouviu as opiniões de três mulheres que em anos anteriores assumiram publicamente ter feito aborto e criticavam a condução do debate eleitoral: Soninha Francine, dirigente do PPS e integrante da campanha de José Serra (PSDB), a então apresentadora do SBT Hebe Camargo, e Eva Blay, que assumiu a vaga de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) no Senado em 1993 e sofreu forte preconceito na época por ter defendido a descriminalização do aborto. O que se percebe é que as entrevistas estavam voltadas para os enquadramentos do debate eleitoral e seus efeitos conservadores e moralistas, além da abordagem voltada ao contexto das estratégias das candidaturas para enfrentar a discussão.

**b) Colunas** - As colunas e os artigos seguem em geral um padrão. As colunas são textos publicados periodicamente por profissionais com vínculos empregatícios com as empresas de comunicação. Esses colunistas publicam textos nos espaços fixos para opinião. São profissionais socialmente reconhecidos como expoentes do campo jornalístico, como Eliane Cantanhêde, Josias de Souza, Vinicius Torres Freire, Valdo Cruz, Danuza Leão, José Simão, Ruy Castro, Renata Lo Prete e Suzana Singer, para citar alguns vinculados à *Folha de S.Paulo*, jornal que dedicou mais espaço para colunas de opinião. Mantendo a mesma característica, *O Globo* mantinha as colunas de Merval Pereira, Zuenir Ventura, Luiz Garcia e Miriam Leitão e, no *Estado de S. Paulo*, Dora Kramer e Marcelo de Moraes eram colunistas fixos. Em sua grande maioria, trata-se de colunistas vinculados profissionalmente à empresa. A exceção nessa categoria foram as presenças do ex-prefeito Cesar Maia, de d. Odilo Scherer e de Luiz Fernando Vianna, todos da *Folha de S.Paulo*, explicitando publicamente a condenação à prática do aborto. No que se refere às colunas, podemos afirmar que praticamente a totalidade dos textos tinha como enquadramento central a crítica ao uso do aborto como parte das estratégias da campanha eleitoral e condenava seu efeito moralista e conservador.

**c) Artigos** - Já os 36 artigos publicados nos três impressos tinham como característica serem textos com autores de um espectro mais amplo de profissionais, fora do corpo funcional das redações. Nos 36 artigos, encontramos autores como Frei Betto, Fernanda Torres, Mauro Paulino (diretor do Datafolha), Bertrand de Orleans e Bragança, Denis Rosenfield, Aldo Fornazieri e Antonio Carlos de Almeida Castro, advogado que declarou ter vivido a experiência de três

abortos realizados por suas parceiras (CASTRO, 2010, p. A2) . Em geral, os autores dos artigos têm presença esporádica (alguns publicaram a convite do jornal). Também foram encontrados jornalistas que são colunistas, mas publicaram artigos, em geral textos complementares a reportagens, tendo como objetivo aprofundar as análises do trabalho jornalístico. Os enquadramentos dos artigos também foram mais amplos. O foco central permaneceu sendo as críticas ao uso do aborto como estratégia eleitoral e seus efeitos negativos na sociedade. Mas também houve textos com críticas contundentes à postura “oportunista” de mudar de posição sobre a descriminalização do aborto para conquistar a vitória eleitoral.

### 3.3.8. A disputa da agenda pelos editoriais

Além das entrevistas, colunas e artigos, interessa neste capítulo observar mais atentamente os editoriais dos três jornais. A relevância dessa análise está no fato de o editorial ser um espaço estratégico para compreender o pensamento que orienta a redação do jornal. E esse foi um espaço amplamente utilizado pelas empresas para expressar seus posicionamentos contrários ao agendamento do aborto na eleição de 2010. Mesmo com toda a complexidade e fatores diversos que organizam a redação e o noticiário de uma empresa jornalística (*newsmaking*, jornalistas, editores, fontes, anunciantes), há nessas empresas um eixo ideológico que as orienta. Muitas vezes essas posições estão expressas nos editoriais que “costumam representar o consenso das opiniões que emanam dos diferentes núcleos que participam da propriedade da organização” (MELO *apud* FONSECA, 2005, p. 33). É pelos editoriais que as empresas de comunicação se manifestam e procuram defender seus interesses.

[O editorial] objetiva, acreditamos, influenciar outras arenas decisórias – tais como partidos políticos, movimentos sociais, representantes orgânicos de classes sociais, entidades profissionais, dentre outras –, pois revelam-se retransmissores potenciais da opinião do jornal. Por outro lado, o jornal, particularmente por meio do editorial, é o canal de expressão de determinados setores – no caso da grande imprensa, sobretudo as **camadas médias** e o **capital**. Trata-se, portanto, de uma relação dialética, compreensível somente pela observação sistemática do processo histórico e do posicionamento dos jornais perante esse processo. Mais ainda, o modo como os editoriais defendem determinadas ideias e posições e criticam outras permite-nos compreender o **sentido** das coberturas jornalísticas (FONSECA, 2005, p. 34, grifos no original).



Na temática sobre o aborto é possível perceber a relação “dialética” entre a posição dos jornais contrária ao uso do assunto como instrumento da disputa eleitoral e, posteriormente, a transformação do tema em centro da agenda de cobertura eleitoral. Dos 13 editoriais, sete (54%) são da *Folha de S.Paulo*, todos publicados no mês de outubro, já no segundo turno eleitoral. *O Globo* publicou quatro (31%), e *O Estado de S. Paulo* dois editoriais, 15% do total de 13 textos.

Do período analisado, entre julho e outubro, somente um editorial foi publicado em julho<sup>30</sup>. Os outros 12 textos com menções ao aborto foram publicados em outubro de 2010. Esse dado é mais um indicador de o quanto a temática do aborto foi uma agenda do segundo turno eleitoral. Os 12 editoriais foram publicados de maneira compacta entre os dias 6 e 19 de outubro, com um intervalo médio de um dia entre um texto e outro, o que sugere que foi nesse momento que houve uma intensa disputa e uma tentativa dos veículos de influenciar a agenda eleitoral e orientar o próprio noticiário e seus profissionais expondo claramente suas posições sobre o tema.

Sendo o editorial um espaço reconhecidamente de posicionamento institucional da empresa jornalística, além da quantificação, é importante entender os argumentos que foram apresentados nesse debate. Para definir com mais clareza essas posições apresentamos uma síntese do conteúdo editorial desses impressos.

### ***Folha de S.Paulo***

O primeiro editorial da *Folha* foi publicado em 6 de outubro (“Opinião flexível”). Nele, o impresso acusa a candidata petista e seu partido de “tentar mudar a visão sobre o aborto em busca de votos para Dilma”. Embora concorde com a tese do plebiscito e com o tratamento do aborto como um problema de saúde pública (tese defendida por Dilma Rousseff durante a campanha), o editorial critica a candidata por ter mudado sua posição, tornando-a mais moderada do que a defesa da descriminalização, tentando, com isso, desviar-se das cobranças sobre o caso Erenice:

Uma vez que é impossível, apesar dos esforços em contrário, reescrever a história da passagem de Erenice Guerra pela Casa Civil, lideranças do PT correm atrás do prejuízo eleitoral tratando de reescrever as posições do partido no que diz respeito ao aborto (OPINIÃO, 2010, p. A2).

---

<sup>30</sup> No dia 16 de julho, o *Globo* publicou pequeno editorial considerando “grave” o fato de a curetagem ser uma das cirurgias mais realizadas pelo SUS. Pelo texto, o jornal entende que este indicador revela que o aborto é uma prática feita de forma precária e com riscos e critica o poder público “que não cumpre seu papel de disseminar informações sobre o planejamento familiar” (MAU, 2010)

Vale registrar que nesse dia o jornal teve como principal manchete a determinação de Lula para mudar o eixo da campanha de Dilma Rousseff, evidenciando a sintonia entre o principal destaque e a posição do jornal sobre as estratégias do PT para ajustar o discurso da candidata no segundo turno. Na linha de apoio da manchete, o jornal diz que “[a] candidata culpa aborto, quebra de sigilos e o caso Erenice pelo segundo turno” (“Lula cobra ajustes na campanha de Dilma”, ver LULA, 2010).

A *Folha* foi o jornal que mais intensamente criticou, pelos editoriais, a abordagem do aborto na disputa eleitoral, como já referido. Por essa razão, é interessante identificar os argumentos utilizados pelo veículo na tentativa de incidir sobre a agenda eleitoral. Foi em média um editorial por semana, do dia 6 até o dia 31 de outubro. Uma característica observada nos três jornais é que todos se manifestaram a favor do plebiscito sobre o aborto, defendido pela candidatura de Marina Silva (PV) no primeiro turno. A *Folha*, no dia 10 de outubro também registra sua concordância, mas vai além. No texto, considera que a campanha eleitoral tem-se caracterizado por uma “atitude obscurantista” no debate sobre o aborto e explicita:

Esta **Folha** considera que a legislação vigente deve ser flexibilizada de forma a permitir que, já sofrendo numa circunstância dramática e dolorosa, qualquer mulher possa interromper sua gravidez sem que seja considerada criminosa por isso (OBSCURANTISMO, 2010, p. A2, grifo no original).

No texto, o jornal considera importante para a sociedade conhecer a opinião dos candidatos sobre o tema e acredita que um plebiscito ajudaria. Porém, o jornal classifica de “obscurantista” o fato de o tema estar na agenda eleitoral, porque a “campanha eleitoral foca o tema do aborto por meio de subterfúgios, sem avançar com maturidade na discussão”. Como exemplo, cita o uso pelos dois candidatos (Dilma e Serra) da expressão “direito à vida”, expondo a dificuldade dos dois candidatos em defender, perante o eleitorado contrário ao aborto, o que já está na lei (OBSCURANTISMO, 2010, p. A2).

É importante lembrar que o dia 10 de outubro registra o maior volume de textos publicados com menções ao aborto em todos os 112 dias analisados. Foram 33 textos. Desses, 12 foram textos de opinião (um editorial na *Folha*, quatro artigos, seis colunas e uma entrevista), o que revela que esse momento foi de intenso debate e frequente abordagem do tema nas páginas dos jornais.

Embora tenha sido o veículo que deu mais atenção à temática, explorando a polêmica com 200 textos divididos em reportagens, entrevistas, colunas, artigos, editoriais e nas notas de coluna fixa<sup>31</sup>, a posição da *Folha de S.Paulo*, contrária à abordagem do tema nas eleições, manteve-se nos opinativos. O jornal defendia que a ênfase nos escândalos políticos teria mais influência na mudança de intenção de voto dos eleitores e, por essa razão, entendia que este deveria ser o foco da agenda eleitoral. Essa, sem dúvida, era uma posição política da empresa, expressa no editorial (“A fé nos boatos”), mas sustentada pelos resultados de uma pesquisa Datafolha publicada na edição do dia 11 de outubro. De acordo com o editorial, questões relacionadas à religião tiveram pouco peso na mudança das intenções de voto do primeiro para o segundo turno. O jornal usa os resultados da pesquisa para defender que os escândalos políticos foram mais influentes nessa variação, e não a agenda religiosa/conservadora:

Embora tenham dominado as especulações acerca das causas da fuga de votos da candidata Dilma Rousseff no primeiro turno, questões relacionadas à religião exerceram pouca influência no resultado. Revelações sobre irregularidades cometidas pela ex-ministra da Casa Civil, Erenice Guerra, e notícias relativas à quebra dos sigilos fiscais dos tucanos e parentes do ex-governador José Serra pesaram quase três vezes mais na decisão do eleitor (A FÉ, 2010, p. A2).

Para o jornal, apesar do aspecto negativo, a insistência na estratégia da candidata Dilma de colocar-se como vítima de calúnia – por mais espinhoso que fosse tratar da temática do aborto – foi conveniente, pois, assim, “Dilma deixou em segundo plano o que mais importava – as explicações sobre os desvios na Casa Civil e os critérios que nortearam a escolha de Erenice Guerra para sua principal assessora e, posteriormente, ministra” (A FÉ, 2010, p. A2).

Mas um aspecto do editorial é revelador da disputa, feita pelo jornal, pelo poder de definir a agenda do debate eleitoral:

Os resultados apresentados pelo Datafolha reiteram, ainda, a função da imprensa na configuração do espaço público e do debate democrático. A internet constitui inestimável avanço técnico a serviço de todos os campos da atividade humana. Por mais notável, porém, que seja sua contribuição na área das comunicações, é

---

<sup>31</sup> Do total de 504 textos presentes nesta pesquisa, a *Folha de S.Paulo* publicou 200 textos (40%), sendo que somente nas reportagens o volume de seus textos foi menor que nos outros dois jornais: foram 115 reportagens no *Estado de S. Paulo*, 113 no *Globo* e 98 na *Folha*. Nas demais categorias de texto, a *Folha* sempre mencionou o aborto com maior frequência que os outros dois veículos, conforme a tabela 3.

o jornalismo profissional e independente que, seja na forma impressa, seja na forma eletrônica, vem iluminando a disputa eleitoral (A FÉ, 2010, p. A2).

Aqui, está presente uma nuance da disputa pela primazia da definição da agenda pública, o que reforça a convicção deste estudo de que essa definição não foi determinada exclusivamente pelo campo da mídia, embora este seja dominante e reivindique para si essa autoridade, como fica claro no editorial acima. A definição do aborto como agenda da cobertura eleitoral foi resultado da interação entre atores de campos distintos, das disputas e, conseqüentemente, dos ajustes provocados por interesses políticos, eleitorais e jornalísticos.

A internet, nesse episódio, foi uma ferramenta utilizada por segmentos das igrejas aliados a setores do campo político que demonstraram eficiência na propagação de um conteúdo desprezado pelo campo midiático no primeiro turno. O resultado dessa campanha “silenciosa” através da internet surpreendeu atores do campo político e jornalístico, determinando uma nova postura e um novo arranjo nas estratégias do segundo turno.

### ***O Globo***

Apesar de ter publicado somente três editoriais no mês de outubro, o conteúdo desses textos não foi menos enfático e posicionado. No dia 8 de outubro, o jornal expôs sua opinião sobre a condução da campanha eleitoral (“Fundamentalismo nas eleições”). Crítico ao então presidente Lula, como de resto os três jornais analisados neste estudo, o jornal carioca credita à “estratégia do lulopetismo de tornar as eleições plebiscitárias” (Lula X FHC, sem que nenhum dos dois esteja concorrendo) a responsabilidade por o primeiro turno terminar “mediocrizado, nivelado por baixo, campo fértil para táticas da marquetagem política”. O editorial enaltece a presença de Marina Silva (PV) na campanha, “uma proposta a salvo do maniqueísmo explícito” entre PT e PSDB, que garantiu o “saudável segundo turno” para que, em pouco mais de 20 dias, Dilma Rousseff e José Serra apresentassem propostas claras, “não demagógicas e realistas” sobre temas estratégicos, como saúde, educação e impostos. É nesse texto que o jornal também expressa sua preocupação com a forma como terminou o debate no primeiro turno:

A conclusão de que um fator decisivo na migração de votos de Dilma Rousseff, de formação de esquerda, para Marina Silva, militante verde e evangélica, e que teria viabilizado o segundo turno, foi uma *mobilização quase subterrânea* de grupos religiosos antiaborto ameaça estreitar ainda mais o campo de

enfrentamento de ideias e propostas entre os dois candidatos finalistas. [...] Dilma Rousseff começou a campanha com citações do nome de Deus e negação da tese de descriminalização do aborto já defendida por ela publicamente assim como por seu partido, o PT. Resvala-se para o perigoso terreno da hipocrisia e, pior, deixa-se que um condenável fundamentalismo religioso defina o tom do segundo turno (FUNDAMENTALISMO, 2010, p. 6, grifo da autora).

Nesse extrato, registra-se em itálico a “mobilização quase subterrânea” do texto porque mostra como o jornal se posiciona no centro de um campo simbólico tradicionalmente responsável pela irradiação e organização do debate público. A entrada da temática do aborto no segundo turno foi produzida “de forma subterrânea”, diz o editorial, associando o que está fora dos contornos definidos pelo campo jornalístico tradicional como algo subterrâneo, silencioso, escondido, fora da arena legítima.

Assim como fez a *Folha de S.Paulo* de forma mais explícita no editorial do dia 12 de outubro, o *Globo* no dia 8 de outubro considerava a “responsabilidade” pela abordagem do aborto no segundo turno dos estrategistas de Dilma e entendia que “grupos religiosos deflagraram um surto de hipocrisia religiosa” de forma que “um condenável fundamentalismo religioso defina o tom do segundo turno”. O jornal ainda classificou como “risível a candidata Dilma Rousseff assumir um discurso conservador contra o aborto depois das entrevistas que deu e pronunciamentos que fez em sentido contrário. Soa falso” (FUNDAMENTALISMO, 2010, p. 6).

O registro desse editorial demonstra que os jornais não “escolheram” esse tema como eixo estratégico do segundo turno. A inclusão do aborto como instrumento da disputa eleitoral foi uma iniciativa fora dos limites do campo jornalístico. Os editoriais de *O Globo* e da *Folha de S.Paulo* acima citados igualmente demonstram que a campanha de Dilma Rousseff, no final de setembro, reagiu a uma onda que fora “revelada” pelas pesquisas eleitorais e que teria causado o segundo turno, como evidenciaram os posicionamentos nos editoriais dos jornais.

Em outro editorial, o jornal carioca volta a falar do assunto, mas, dessa vez, o foco é uma crítica contundente à postura da candidata Dilma Rousseff e do seu partido, o PT, no enfrentamento da polêmica. Nesse dia, a manchete do jornal informa que “Dilma vai lançar carta contra o aborto e o casamento gay” (“Dilma lançará carta contra o aborto e o casamento gay”, *O Globo*, 14/10/10, manchete). O editorial dessa edição (“Munição anti-Dilma é do próprio lulismo”) reconhece que Dilma Rousseff vem sendo vítima de “torpes acusações espalhadas pela internet”:

O ponto nevrálgico dos ataques tem sido a lembrança de que a candidata já defendeu a legalização do aborto, tema que, infelizmente, tem servido para contaminar o debate político por crenças religiosas. Até aqui, a campanha tem servido como um alerta ao PT, alvejado por uma artilharia conhecida por militantes do PT: textos e filmes distribuídos pela internet. Outro aspecto de todo este tiroteio é que parte da munição de que se valem grupos para atacar Dilma Rousseff é obtida em documentos oficiais. Nesse sentido, não se pode, a rigor, entender como calúnias algumas mensagens que circulam na rede de computadores [...] não é difícil encontrar propostas radicais emanadas de dentro do governo, contrárias à Constituição. Quem consultar a terceira versão do “Plano Nacional de Direitos Humanos”, assinada pelo próprio Lula, encontrará muito daquilo que a candidata quer manter distância: descriminalização do aborto, censura à imprensa, ataque ao direito constitucional de propriedade, etc. (MUNIÇÃO, 2010, p. 6).

Aqui, é perceptível a ideologização do debate sobre o aborto, associado a temas caros para a visão liberal do jornal, como a regulação da mídia e a propriedade privada. Esse posicionamento demonstra que as empresas de comunicação também são atores do processo político, com funções intelectuais de reprodução, defesa e manutenção de posições liberais e de mercado, presentes no ambiente do debate eleitoral, em que se disputam os projetos que vão comandar o país.

### ***O Estado de S. Paulo***

O jornal é um representante clássico do tradicional espectro liberal da sociedade brasileira. No plano jornalístico, no entanto, possui uma característica diferenciada dos jornais concorrentes observados nessa pesquisa. É o único que declara abertamente o seu candidato nas eleições presidenciais. Tal atitude já foi explicitada em campanhas anteriores. Na edição de 11 de outubro o jornal novamente reforçou essa postura ao lembrar que havia declarado, em outra oportunidade, que o candidato da empresa é José Serra (PSDB) e, por isso, “recebeu com satisfação o resultado da jornada eleitoral do dia 3 [de outubro, data da eleição em primeiro turno, em 2010]”, quando se confirmou o segundo turno. No entanto, o texto reclama que, ao invés de o pleito em segundo turno reafirmar valores do processo democrático e o amadurecimento do eleitorado, o debate está centrado numa discussão conservadora sobre o aborto:

A sucessão foi sequestrada pelo ativismo de grupos mais conservadores de diferentes denominações cristãs. Num crescendo, à medida que se aproximava o dia do pleito, padres e pastores, numa variedade de meios exortaram os fieis a não votar em Dilma Rousseff, sob a alegação de que, se eleita, patrocinaria a liberação total do aborto. Na internet foi ainda pior. Ela foi execrada sob a falsa acusação de ter dito que nem mesmo Jesus Cristo impediria seu triunfo no primeiro turno. Atribuíram-lhe, ainda, a intenção de permitir o casamento gay e a adoção de crianças por casais homossexuais. Com isso, não apenas submeteram a candidata a um verdadeiro auto de fé [...], como alçaram à agenda eleitoral uma questão que não está na ordem do dia do País (A SUCESSÃO, 2010, p. A3).

O editorial também reconhece que esse tema é parte dos assuntos que poderiam ter levado a eleição para o segundo turno e relembra que Dilma considerou um “absurdo”, em 2007, o aborto ser considerado crime no Brasil, mas entende que isso não faz dela “uma candidata pior ou melhor”. No final do texto exorta a necessidade de “civilizar o segundo turno” e sugere à ex-candidata Marina Silva (PV) que esta teria plenas condições morais para protestar contra a conversão de sentimentos religiosos em arma eleitoral.

O segundo editorial do Estadão a abordar o tema foi publicado no dia 15 de outubro, sob o título “A caça ao voto religioso”. Nele, o veículo analisa a evolução das preferências eleitorais dos entrevistados na primeira pesquisa feita pelo IBOPE no segundo turno, considerando que o mais revelador do levantamento “é a confirmação de que o voto religioso foi o que levou a sucessão ao tira-teima”, o que explica o ingresso do tema nas propagandas eleitorais dos dois candidatos. Ainda sobre a pesquisa, o jornal registra que “há uma relação direta entre a intenção de voto e as crenças religiosas declaradas [pelos pesquisados] com uma perda de votos entre os católicos de 5 pontos [para a petista] entre a última semana de setembro e a véspera do pleito”, estabilizando-se em seguida. O editorial também explica que a erosão dos votos evangélicos em Dilma começou mais cedo e se estabilizou depois do primeiro turno. O candidato José Serra (PSDB) “cresceu e continua a crescer de 29% para 41%” em sondagens eleitorais. Quanto aos resultados do candidato tucano junto ao eleitorado evangélico, o texto diz que, de uma situação de “zigue-zague” em setembro, houve um crescimento de 25% na véspera da eleição para 52% na semana da publicação do editorial (ver A CAÇA, 2010).

Além da surpresa com a força da agenda religiosa no eleitorado, o jornal demonstra, pelo resultado da pesquisa, que houve um aproveitamento estratégico do tema nas eleições, com resultados importantes para os dois concorrentes: o tema do aborto produziu a queda da candidata

Dilma Rousseff (PT), que começou com os evangélicos e ampliou-se junto aos católicos no período final da campanha no primeiro turno, em setembro, mesmo período em que os jornais identificaram o fenômeno nas pesquisas e passaram a organizar a agenda e seus discursos em torno do tema. Mesmo assim, o editorial responsabiliza a candidata pelos resultados negativos pela defesa da descriminalização em outros momentos, indo de encontro às posições da maioria esmagadora da população brasileira:

Dois movimentos parecem inequívocos. Primeiro, a migração de eleitores dilmistas sensibilizados pela campanha clerical que a acusava de ser ‘a favor do aborto’. Em 2007 ela defendeu sem tergiversar a descriminalização da prática, além das situações em que é permitida – na contramão da maioria esmagadora (entre 70% e 80%) dos brasileiros. O segundo momento captado pelo IBOPE é a adesão a Serra – na proporção de 2 para 1 – dos eleitores religiosos da evangélica Marina Silva (A CAÇA, 2010, p. A3).

E, como os outros veículos, estabelece uma interpretação “oportunista” aos movimentos da candidata e do PT para reverter o movimento no campo religioso: “Dilma só faltou jurar que não moverá uma palha pelo abrandamento da legalização do aborto ou pelo casamento gay”. O texto acrescenta ainda que a candidata ficou de “pôr os compromissos no papel”: “(...) completou-se assim a inevitável capitulação de Dilma ao que o ministro dos Direitos Humanos Paulo Vannuchi define como ‘momento medieval do processo eleitoral brasileiro’” (A CAÇA, 2010, p. A3).

Com alguma variação, portanto, os três jornais reconhecem que foram surpreendidos por uma ação promovida por segmentos religiosos conservadores que utilizaram a internet para propagar versões difamatórias à candidata Dilma Rousseff sobre suas posições em relação ao aborto. No entanto, a *Folha de S.Paulo* e o *Globo*, principalmente, condenaram a candidata por “usar o aborto” em suas estratégias eleitorais do segundo turno, mudando de forma oportunista sua opinião sobre a descriminalização do aborto como parte de suas estratégias no debate eleitoral “para fugir das explicações sobre o caso Erenice”, como acusou a *Folha*.

Os registros apresentados na análise dos editoriais demonstram como os jornais se readequaram à agenda do aborto, mesmo expressando contrariedade com a abordagem do tema. Seja por convergência de interesses com o resultado eleitoral, ou pelos elementos que constituíram a noticiabilidade do aborto no segundo turno, como a responsabilidade pela perda de



votos da candidata Dilma Rousseff (PT), os jornais observados reforçaram posicionamentos conservadores e retrógrados ao dar destaque e ênfase para esse tema como o principal assunto da cobertura jornalística das eleições no segundo turno.

O ingresso da temática do aborto no centro do debate eleitoral do segundo turno das eleições de 2010 demonstrou que as relações de força que compõem um discurso público atualmente “acontecem numa esfera pública ampliada que inclui não apenas as mídias tradicionais, como a televisão, o rádio, o jornal impresso, mas também os blogs, microblogs e outras plataformas de comunicação na internet” (RAMOS, 2012, p. 73). Esse aspecto reforça o argumento deste estudo de que o campo midiático tradicional teve que competir na construção da agenda jornalística com outros atores (especialmente no segundo turno das eleições), que atuavam no campo político, principalmente grupos religiosos, e utilizaram ferramentas da comunicação virtual como estratégia de campanha.

Esses segmentos do campo político (e setores religiosos que atuaram no campo político) disputaram uma narrativa sobre o tema através da internet e de suas ferramentas de comunicação. Essa dinâmica produziu um movimento informativo paralelo ao noticiário convencional, oferecido pela mídia empresarial e tradicional fonte de informação para o público em geral. As mídias digitais foram incorporadas pelos agentes do campo político como ferramentas complementares de comunicação e de propagação de conteúdo de interesse das candidaturas à Presidência da República. Diferente do que aconteceu em outros anos, foi nessa eleição que o campo político e o campo jornalístico receberam maior interferência dos eventos produzidos no ambiente da comunicação digital. No capítulo seguinte analisaremos as vozes presentes nos textos jornalísticos e nos textos de opinião, bem como os enquadramentos estratégicos que dominaram o registro noticioso sobre o aborto.

## Capítulo 4. A construção do discurso sobre o aborto no debate eleitoral

### 4.1 Enquadramentos sobre o aborto: o impacto na definição da disputa

Os estudos sobre o agendamento demonstram que a mídia, ao selecionar determinados assuntos e ignorar outros, define os temas, os acontecimentos e os atores que terão relevância para a construção da narrativa noticiosa. Ao enfatizar determinados acontecimentos (e atores) em detrimento de outros, o campo jornalístico também estabelece uma escala de proeminência não apenas definindo atributos e orientando a percepção pública sobre determinados temas, mas também determinando como esses assuntos serão transmitidos, o que provoca efeitos na interpretação desses acontecimentos. A seleção dos atributos dominantes e dos atributos secundários no corpo de uma notícia constituem elementos centrais da estrutura narrativa e configuram a imagem do objeto descrito pela matéria (AZEVEDO, 2004, p. 57).

Quando analisamos a relação entre mídia e política é necessário considerar diversas variáveis dessa interação. Uma dessas variáveis tem como base os estudos sobre os enquadramentos (*framing*) aplicados pelos jornalistas para o relato noticioso. Nos estudos sobre a teoria da *agenda-setting*, os enquadramentos ampliam a reflexão para além da transferência de saliência de um objeto da agenda da mídia para a agenda do público, avançando sobre as análises dos atributos específicos que esses objetos enfatizados pela mídia vão receber, impactando na forma como o público vai compreender a mensagem. Em seus estudos sobre a teoria do agendamento da mídia, McCombs (2009) ressalta que o agendamento de atributos “foca na habilidade da mídia de influenciar como nós capturamos os objetos” (McCOMBS, 2009, p. 140). Nesse sentido, as reflexões teóricas sobre o *enquadramento da notícia*, chamam a atenção para as “perspectivas dominantes” das representações construídas pela mídia ao promoverem um aspecto específico do objeto, permitindo, assim, uma interpretação orientada sobre o item descrito na notícia.

Neste capítulo, o centro da análise estará voltado para o agendamento dos atributos, a partir da aplicação do conceito de enquadramento da notícia, definido como a ideia central que “organiza o conteúdo noticioso que por sua vez fornece um contexto e sugere sobre o que o assunto trata através do uso de *seleção, ênfase, exclusão e elaboração*” (McCOMBS, 2009, p. 137, grifo no original):

Enquadrar é seleccionar algum aspecto de uma realidade percebida e torná-lo mais saliente num texto comunicativo de tal forma a promover uma definição de um problema particular, interpretação causal, avaliação moral e/ou uma recomendação de tratamento para o item descrito (ENTMAN *apud* McCOMBS, 2009, p. 137).

A partir desse conceito, é possível perceber o impacto do campo jornalístico no mundo político, por exemplo, quando compreendemos que não há neutralidade na notícia, uma vez que ela é uma realidade construída a partir de um conjunto de enquadramentos (ou da seleção de aspectos de um acontecimento) que podem orientar o entendimento sobre os eventos da vida contemporânea.

Tanto o agendamento de atributos como os enquadramentos chamam a atenção para a perspectiva dos agentes do campo jornalístico e de como eles “fotografam” os assuntos. Isso permite compreender os efeitos da mídia na construção da realidade social a partir do *conteúdo da mensagem*. Os atributos seleccionados para compor um registro noticioso criam “rótulos” para facilitar a compreensão do público em geral, o que contribui para qualificar o objeto em determinados padrões descritivos. Nesse sentido, o papel dos enquadramentos é o de

organizar o pensamento, criar um padrão [...] com poder para estruturar o pensamento, para formar o que nós pensamos sobre os temas públicos, os candidatos políticos ou outros objetos das notícias (REESE; GANDY; GRANT *apud* McCOMBS, 2009, p. 140).

Quando um atributo particular é enfatizado na agenda da mídia, o impacto dessa saliência para o público ocorre a partir de dois elementos: os argumentos apresentados e o impacto desse atributo nos aspectos cognitivos, afetivos ou morais dos indivíduos, que pode influenciar as preferências e as opiniões de forma diferenciada. É o caso, por exemplo, da abordagem da temática do aborto no noticiário político durante a campanha eleitoral em 2010. A ênfase nesse tema, associado a atributos vinculados aos candidatos, pode ter produzido diferentes reações no eleitorado religioso. Ou seja, uma forma particular de enquadrar um tópico no noticiário pode resultar em consequências, em posições e adesões distintas para públicos específicos (McCOMBS, 2009, p. 149).

Enquadramento enquanto saliência de atributos pode ser encontrado em títulos e reportagens. Tomemos como exemplo alguns títulos e reportagens publicados pela *Folha de S.Paulo* durante a campanha eleitoral de 2010 alguns dias antes da votação em primeiro turno, já com a temática do aborto em destaque na agenda jornalística. O jornal publicou um texto com o seguinte título: “Dilma afirma que não mudou sua posição sobre aborto”. O texto diz que a

candidata “petista reafirma ser contra a prática, apesar de ter defendido a descriminalização em 2007, e promete não mudar a lei” (DILMA, 2010g, p. Especial 10).

No dia seguinte, o mesmo jornal destaca em abertura de página que a candidata petista batizou o neto no Rio Grande do Sul “após crítica de religiosos”, sugerindo uma escolha estratégica para a data, embora o texto informe que “petista diz que escolha foi de sua filha e de seu genro” (ROCHA, 2010, p. Especial 8). Na mesma página, outra reportagem informa que “petista perde votos entre eleitores evangélicos, segundo o IBOPE”, informando no *lead* que a petista perdeu votos particularmente entre eleitores evangélicos durante o mês de setembro, sendo que, no mesmo período, “sua rejeição nessa parcela do eleitorado aumentou mais de 50%” (MACHADO, 2010, p. Especial 8). No mesmo texto, nos últimos parágrafos, há um alerta do já falecido professor e pesquisador Flávio Pierucci de que “é preciso ter cuidado ao afirmar que se trata de ‘voto evangélico’”, uma vez que ele “e outros pesquisadores ouvidos pela *Folha* dizem que religião nunca foi uma variável importante para o eleitor”.

Dois aspectos são importantes nesses registros. O primeiro trata sobre os contrapontos tradicionais que adéquam o texto aos valores de “imparcialidade e objetividade” do jornalismo, suportes teóricos frágeis diante de um paradigma já em declínio nos estudos da relação entre mídia e política, ainda que mantenham seu valor normativo (PORTO, 2004, p. 75). Porém, no segundo aspecto, quando se aplica o conceito de enquadramento é possível compreender por que as notícias não são neutras. O título e o *lead* do primeiro texto *salientam e enfatizam* atributos específicos associados à candidata Dilma Rousseff (PT) e à temática do aborto: ela mudou de posição sobre o tema. A ênfase em tais predicados sugere uma *interpretação* negativa para seus posicionamentos. Já o segundo título sugere uma ação “oportunista” da candidata, supondo que o batizado do neto tenha sido premeditado para “reagir” às críticas de religiosos. E, por fim, o terceiro título indica que a candidata petista está perdendo apoio no eleitorado evangélico, a partir de levantamento de instituto de pesquisa.

[...] certos atributos particulares de um tema podem ser argumentos marcantes para certos grupos sociais. Em outras palavras, uma forma particular de enquadrar um tópico no noticiário pode resultar em consequências altamente estratificadas no público. [...] A convergência do agendamento dos atributos com o conceito de enquadramento oferece novos entendimentos sobre a influência mantida por vários padrões de atributos encontrados nas notícias e *como* o público pensa sobre temas públicos (McCOMBS, 2009, p. 149, grifo da autora).

Para finalizar essa sequência de exemplos sobre enquadramentos da notícia e os atributos conferidos aos candidatos à Presidência nesses textos, no dia 3 de outubro, a *Folha* publicou opiniões do candidato José Serra (PSDB). As declarações do tucano foram retiradas “de uma entrevista a um portal de militantes tucanos”, conforme o texto noticioso informa. Antes de expor as declarações do candidato em aspas, o texto jornalístico “lembra” que a temática do aborto “ganhou força na última semana de campanha e levou a candidata petista, após perceber potencial de danos eleitorais, a negar que seja a favor da legalização do aborto”. Em seguida, a mensagem selecionada para compor a fala do candidato tucano:

Dilma deu entrevistas no passado dizendo que era a favor do aborto, e depois começou a escorregar. O mais grave não é a posição em si, mas a ambiguidade (PARA SERRA, 2010, p. Especial 7).

O texto destacou, ainda, afirmação do tucano de ter tido sempre a mesma posição sobre o aborto, embora a matéria não explicita qual seja.

Essa série de registros mostra a diferença de tratamento e a construção de enquadramentos negativos que a temática permitiu construir em torno da imagem da candidata Dilma Rousseff (PT), enfatizando suas fragilidades ao ser confrontada com posicionamentos anteriores que permitiram explorar uma suposta mudança de posição sobre o aborto. Tais mecanismos de construção da notícia definiram um sentido para esse noticiário:

Os enquadramentos da mídia [...] organizam o mundo tanto para os jornalistas que escrevem relatos sobre ele, como também, em um grau importante, para nós que recorremos às suas notícias. Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira (GITLIN *apud* PORTO, 2004, p. 80).

Neste capítulo vamos analisar os mecanismos que estruturaram os enquadramentos da mídia, ou seja, a “ideia central organizadora” que deu significado à narrativa sobre o aborto nas eleições presidenciais de 2010 e a competição entre os agentes do campo político, religioso e da mídia, que contribuíram para a definição do aborto como temática estratégica da cobertura jornalística no segundo turno. No capítulo anterior identificamos que o aborto não foi o centro do

noticiário político durante o primeiro turno. Porém, na reta final da eleição, ainda em setembro, há um rearranjo editorial que determina uma nova fase na cobertura noticiosa.

#### **4.2 A definição do aborto como discurso estratégico na disputa eleitoral de 2010**

O conteúdo produzido pelo noticiário pode desempenhar um papel político quando constrói uma realidade a partir de enquadramentos que reforçam determinadas posições ou grupos socialmente dominantes. Numa campanha eleitoral, os cidadãos costumam ter acesso às informações políticas em geral de duas formas. A primeira é organizada pelo campo político em suas estruturas partidárias com agentes dotados de competência comunicacional e de conhecimento do mundo político, além de domínio sobre as técnicas da linguagem publicitária e de *marketing* capazes de “vender” o cliente político (GOMES, 2004, p. 157). A segunda forma é mediada pelo campo jornalístico, que costuma ser visto pela sociedade em geral como confiável e legítimo para a função e com a responsabilidade de selecionar episódios da agenda política que vão definir o conteúdo noticioso a ser apresentado aos leitores. Essas informações são seletivas, o que significa dizer que o horizonte de informação, temas e conhecimento que eventualmente pode orientar as decisões de um indivíduo “é um campo selecionado e estruturado por outrem” (GOMES, 2004, p. 183).

Tenho, então, um horizonte de conhecimento, um vocabulário do que posso pensar e do que estou em condições de discutir, portanto, categorias com que organizo a minha ideia do que se passa no campo político, uma agenda onde constam as prioridades que devem motivar meu agir político [...] outorgado por informadores do universo da comunicação (GOMES, 2004, p. 183).

Nesse contexto, é importante perceber que os temas políticos retratados no noticiário são caracterizados por uma disputa simbólica sobre qual interpretação irá prevalecer na narrativa jornalística cujo resultado diário beneficia certas alocações de valores. Assim, o campo jornalístico pode designar uma importância desigual e valorizar determinadas posições quando decide “quem deve falar, sobre o que e em que circunstâncias” (COOK, 2011, p. 206).

O enquadramento, portanto, define a ideia central que organiza o conteúdo noticioso a partir da ênfase de algum aspecto da realidade dando a ele mais saliência em relação a outros aspectos (McCOMBS, 2009, p. 137), produzindo “pacotes interpretativos” (PORTO, 2004, p. 81) que vão orientar a percepção do público para determinados atributos presentes no

conteúdo da mensagem. Embora existam pesquisas bastante abrangentes que utilizam o conceito de enquadramento de diversas formas e com sentido distinto e variado, neste trabalho, compreendemos os enquadramentos da mídia como “uma técnica importante para identificar os padrões utilizados pelo campo jornalístico para selecionar determinados episódios da vida cotidiana” (PORTO, 2004, p. 90).

No estudo sobre o agendamento do aborto na cobertura eleitoral de 2010 percebe-se que os enquadramentos enfatizaram de forma predominante as vozes religiosas que orientaram um viés conservador para as falas e imagens presentes nos discursos dos agentes políticos e candidatos à Presidência da República. Esses elementos presentes no texto noticioso promoveram uma ênfase particular, conferiram um recorte específico para os acontecimentos e construíram um sentido que organizou uma interpretação específica dos assuntos narrados.

Mauro Porto (2004) apresenta um conjunto de resultados de pesquisas americanas que demonstram uma variedade de enquadramentos utilizados pelos jornalistas para organizar a produção das notícias. Em alguns casos de cobertura eleitoral no jornalismo estadunidense, pesquisadores identificaram um foco nas propostas e posições dos candidatos, adotando um “enquadramento temático” (PORTO, 2001, *apud* PORTO 2004, p. 81). Em outros, o enquadramento foi o de “corrida de cavalos”, apostando-se num noticiário que destaca o “sobe e desce” dos candidatos nas pesquisas eleitorais e as estratégias adotadas pelas campanhas para garantir um bom desempenho nas intenções de voto dos eleitores. No caso das eleições em 2010 no Brasil, esses dois mecanismos foram perceptíveis.

O enquadramento temático no primeiro turno vocalizava os escândalos políticos envolvendo o governo Lula e a candidata Dilma Rousseff (PT), como vimos no capítulo 3 deste trabalho. Já no segundo turno, o aborto foi o tema que predominou na agenda da cobertura eleitoral. Apoiada em pesquisas eleitorais, a cobertura jornalística enfatizou o “sobe e desce” dos candidatos, dirigindo, com isso, a atenção do leitor para os enquadramentos que enfatizavam as estratégias a serem adotadas pelos candidatos para ajustar suas posições em relação ao aborto e mitigar os eventuais resultados negativos que o tema produzia na disputa pelo voto do eleitorado religioso, o público-alvo dos candidatos de acordo com os registros noticiosos do período.

Seja na agenda dos escândalos políticos como na do aborto, os enquadramentos predominantes nos textos vinculados à candidata governista enfatizaram questionamentos críticos sobre suas posições em relação aos dois temas – o que não ocorreu na mesma proporção a

nenhum dos outros candidatos que disputavam o mesmo pleito. No caso do aborto, os candidatos José Serra (PSDB) e Marina Silva (PV), em geral, apareceram no noticiário como vozes que reforçaram enquadramentos negativos às posições da petista. Ou seja, o contexto do noticiário considerava como fala legítima os valores defendidos pelo campo religioso. A partir desses enquadramentos, o tucano José Serra (PSDB) e a evangélica Marina Silva (PV) estavam em posições ofensivas com argumentos, opiniões e ênfases que corroboravam as críticas à petista Dilma Rousseff (PT), retratada, nessa perspectiva, como alguém na defensiva, em geral posicionada no noticiário como alguém que deveria “dar explicações”.

É importante ressaltar que há sempre uma seletividade no momento de escolher os elementos que vão compor o relato noticioso, uma vez que essa seletividade é organizada a partir de uma perspectiva individual (do jornalista) que orienta suas avaliações em conjunto com os processos estruturados e hierarquizados do campo jornalístico na seleção da mensagem. No entanto, Timothy Cook (2011) chama a atenção que em alguns casos essa seletividade pode produzir um viés quando ocorre a repetição e a seleção sistemática de determinados agentes ou a ênfase para determinados atributos: “A seletividade leva ao viés quando, dia sim, dia não, certos tipos de atores, partidos políticos e questões receberem maior cobertura e forem apresentados mais favoravelmente que outros” (COOK, 2011, p. 207). Os estudos sobre os enquadramentos da notícia também contribuíram para algumas constatações: mesmo considerando que os dois principais candidatos em 2010, Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB), tiveram presença quantitativamente semelhante no noticiário, isso não significa dizer que os espaços foram “equilibrados”. Os enquadramentos predominantes nesta pesquisa permitem identificar um viés na cobertura jornalística desfavorável para Dilma, em textos em que a narrativa construída ofereceu uma interpretação negativa sobre sua conduta em relação ao aborto: seja a favor da prática ou contra o aborto, sua posição sempre foi definida como “desviante”, movida por uma estratégia eleitoral para conquistar os votos do eleitorado religioso.

Os enquadramentos noticiosos envolvendo a descriminalização do aborto nas eleições de 2010 estavam concentrados em dois eixos centrais: um de ordem política, em que predominavam as ênfases nas “estratégias eleitorais” dos candidatos para conquistar o voto dos eleitores religiosos e para a postura “oportunista”, atributo principalmente vinculado à candidata Dilma Rousseff (PT); e outro, concentrado em valores religiosos com ênfase na condenação do aborto por ser uma “prática contrária aos princípios da igreja” e na oposição entre o aborto e “defesa da



vida, da família”. Tais enquadramentos moldaram o cenário de abordagem do tema na disputa eleitoral, organizando um relato noticioso propício para ativar a desconfiança do eleitor sobre os candidatos, sobretudo a candidata Dilma Rousseff (PT), principal foco dos questionamentos por suposta mudança de posicionamento sobre o aborto.

Estudos que analisaram os enquadramentos da mídia e o tema do cinismo político demonstram que, quando o noticiário adota um “enquadramento estratégico”, ou seja, chamando a atenção para motivações voltadas à manipulação ou “adequação de posições” aos interesses políticos, “o cinismo e a desconfiança do público são ativados” (CAPPELA; JAMIESON *apud* PORTO, 2004, p. 86).

#### **4.3 Metodologia para a análise dos enquadramentos e vozes dominantes**

Conforme já descrito no capítulo anterior, a análise dos dados foi feita com a utilização do software Sphinx, uma ferramenta que permite o cruzamento de dados quantitativos e qualitativos. O programa permite ainda observar aspectos específicos da pesquisa. Foram três estágios para a organização do material de pesquisa: seleção dos textos contendo a palavra “aborto”, elaboração do questionário para a montagem do banco de dados, e preenchimento das respostas. Após a coleta e organização do material, foram estabelecidos os critérios de análise, com a definição da tipologia dos enquadramentos que compuseram o banco de dados deste trabalho.

Da análise inicial dos textos, foram definidos oito enquadramentos predominantes a partir da identificação das principais controvérsias relacionadas ao aborto expressas nos textos jornalísticos e de opinião: 1) a defesa do aborto vai contra os princípios da igreja; 2) contra o aborto, em defesa da vida; 3) ser contra o aborto é defender a família; 4) direito ao aborto é necessário para respeitar a autonomia plena; 5) descriminalizar o aborto é questão de saúde pública; 6) candidatos mudam de posição de forma oportunista; 7) aborto faz parte das estratégias dos candidatos na campanha eleitoral; 8) a temática do aborto, quando tratada no debate eleitoral, tem efeito conservador e moralista.

### 4.3.1 Vozes e autoria

Na sequência, foram definidas as vozes presentes no texto jornalístico e os autores dos textos. Essa distinção é importante porque permite separar adequadamente as “vozes presentes no texto” das “vozes autorais”, vinculadas a textos de opinião. Os textos noticiosos presentes neste estudo são assinados por jornalistas ou não são assinados. A característica comum é ser uma narrativa sem a explícita opinião do jornalista, autor da matéria. Neste conjunto estão os textos de reportagem e os textos em notas de coluna fixa, geralmente concentrados na editoria de política (Painel, Panorama Político e coluna João Bosco, na *Folha*, no *Globo* e no *Estadão*, respectivamente). Nesse caso, foram 361 textos (72% dos 504 textos da pesquisa) com 497 vozes presentes no texto. Cabe reforçar que as vozes presentes nesses textos informativos permite observar quem foi mobilizado para falar: quais as posições, perspectivas e lugares institucionais que foram selecionados para a construção do noticiário. Vários textos possuem mais de uma voz/fonte, mas o *corpus* da pesquisa e o universo em que essas vozes foram identificadas estão localizados em 504 textos ou fichas.

### 4.3.2 Concentração relativa de vozes

Os dados também permitem observar a concentração relativa de vozes, indicando quais atores foram predominantes nos registros noticiosos. A partir das vozes/grupos predominantes, será possível verificar como a vocalização de determinadas vozes/atores associada aos enquadramentos predominantes do texto deram um sentido à cobertura da temática do aborto nas eleições de 2010.

Ainda na categoria de vozes, foram encontrados 143 textos de opinião, assinados ou não, escritos por jornalistas ou indivíduos com reconhecimento público ou acesso ao campo jornalístico. Nesses textos está expressa a opinião do autor, ou da empresa jornalística. Constituem 28% do universo de 504 textos da pesquisa. Fazem parte dessa categoria os editoriais, as colunas, os artigos e as entrevistas.

A análise desses dois grupos de vozes (nos textos noticiosos e nos textos de opinião) permitiu identificar as vozes, os enquadramentos predominantes e as principais controvérsias

ressaltadas nas reportagens e nos textos de opinião. Assim, foi possível identificar os contornos e interpretações dominantes que foram propagadas sobre o aborto e os candidatos à Presidência no noticiário eleitoral de 2010.

É importante reforçar o entendimento que orienta este estudo segundo o qual a definição do aborto como agenda central do embate no segundo turno foi o resultado de uma disputa entre agentes do campo religioso, do campo político e do campo midiático pela definição da agenda que deveria ser predominante no debate público. Pela observação dos textos presentes no *corpus* desta pesquisa, se verifica que o campo jornalístico defendeu abertamente a importância de a agenda eleitoral concentrar-se na cobertura dos escândalos políticos. Por outro lado, os registros noticiosos revelam que houve uma intensa disputa no campo religioso pelo agendamento do aborto como critério relevante para os fiéis escolherem o presidente da República, o que foi incorporado como instrumento da disputa eleitoral por setores apoiadores da candidatura de José Serra, segundo revelam os textos jornalísticos. A mudança da agenda jornalística sugere que houve uma conjunção de fatores e interesses que convergiram para acolher a temática do aborto como agenda central da cobertura jornalística no segundo turno diante do potencial revelado pelas pesquisas e pelo resultado do primeiro turno, indicando que o tema poderia influenciar na preferência do eleitorado (ver capítulo 3). Diante disso, o estudo pretende observar quais atores e vozes foram pouco ou de fato excluídos na vocalização de suas posições nos registros noticiosos e quais foram predominantes na definição do contexto da cobertura eleitoral.

#### **4.4 Análise dos dados**

##### **4.4.1 Enquadramentos predominantes e seus principais registros nos jornais**

A tabela 9 consiste numa análise dos enquadramentos predominantes nos textos dos três jornais analisados. Note-se que o maior volume de textos está vinculado ao enquadramento relacionado às *estratégias dos candidatos na campanha eleitoral*, presente de forma relativamente equânime entre os três veículos. Dos 504 textos, 262 deles (52% do universo da pesquisa) têm como atributo predominante a ênfase nesse aspecto. Os três jornais observados preservam uma média comum de 50% dos textos nesse enquadramento, o que indica a

homogeneidade e a frequência, comum aos três jornais observados, de vincular o tratamento do aborto na campanha eleitoral a atributos associados às estratégias eleitorais dos candidatos.

**Tabela 9. Enquadramentos predominantes X jornal**

<b>Jornal X Enquadramento predominante</b>	<b>O Globo</b>	<b>Folha de S.Paulo</b>	<b>O Estado de S. Paulo</b>	<b>Total</b>
A defesa do aborto vai contra princípios da igreja	8% (13)	8% (17)	11% (17)	<b>9% (47 textos)</b>
Contra o aborto, em defesa da vida	6% (9)	6% (13)	6% (9)	<b>6% (31 textos)</b>
Ser contra o aborto é defender a família	0, 5% (1)	0, 5% (1)	0% (0)	<b>0, 4% (2 textos)</b>
Direito ao aborto é necessário para respeitar autonomia plena	0, 5% (1)	1% (3)	0% (0)	<b>1% (4 textos)</b>
Descriminalizar o aborto é questão de saúde pública	13% (20)	5% (11)	8% (12)	<b>8% (43 textos)</b>
Candidatos mudam de posição de forma oportunista	8% (13)	10% (21)	10% (16)	<b>10% (50 textos)</b>
Aborto faz parte das estratégias dos candidatos na campanha eleitoral	50% (76)	50% (101)	56% (85)	<b>52% (262 textos)</b>
A temática do aborto, quando tratada na campanha eleitoral tem efeito conservador e moralista	12% (19)	16% (33)	9% (13)	<b>13% (65 textos)</b>
<b>Total</b>	<b>100% (152)</b>	<b>100% (200)</b>	<b>100% (152)</b>	<b>100% (504)</b>

Fonte: a autora.

Isoladamente, o segundo enquadramento que mais predominou nos textos era relacionado às críticas à *utilização do aborto no debate eleitoral e seu efeito conservador e moralista*. Foram 65 registros (13% dos 504 textos) que enfatizaram o tratamento conservador e moralista para o tema, sendo 25 deles em reportagens, 15 em colunas, 12 em artigos, sete em entrevistas, três em editoriais e três em notas em colunas fixas. A distância entre o primeiro e o segundo colocados (tabela 9) demonstra a concentração da abordagem dos textos voltada para o enquadramento estratégico com ênfase nas ações dos candidatos em busca de um resultado eleitoral satisfatório junto ao segmento religioso.

Na sequência, o terceiro e quarto enquadramentos que predominaram nos textos desta pesquisa estão vinculados à ideia negativa sobre *candidatos que mudaram de opinião de forma oportunista* sobre a descriminalização do aborto (antes a favor e, agora, nas eleições, contra) com 50 textos (cerca de 10% do total de 504 textos), seguido da visão predominantemente religiosa de que *a defesa do aborto vai contra os princípios da igreja* (47 textos, equivalente a 9% do total dos registros).

Ao examinar a ênfase predominante da maioria dos textos que serviram para “interpretar” o debate sobre o aborto nas eleições de 2010, é possível identificar qual foi a “influência potencial” de construção de “imagens, atitudes e opiniões” (McCOMBS, 2009, p. 184) produzidas pelo noticiário impresso durante o segundo turno da campanha eleitoral de 2010.

O estudo dos atributos permite considerar que os enquadramentos predominantes na cobertura jornalística das eleições de 2010 ofereceram ao leitor dos jornais um conjunto de argumentos conservadores sobre a temática do aborto, além de uma interpretação “eleitoreira” sobre a conduta de políticos que teriam usado artifícios, artimanhas e estratégias de marketing para tratar do tema de forma “oportunistas”, tendo como objetivo conquistar o voto dos eleitores religiosos. A seguir, uma análise dos principais enquadramentos por jornal e tipo de texto.

#### **4.4.1.1 Aborto como estratégia eleitoral**

Na análise por jornal, proporcionalmente, o *Estado de S. Paulo* foi o impresso com mais quantidade de textos nesse enquadramento. Foram 85 registros (56% dos 152 textos), seguidos pela *Folha de S. Paulo* com 101 textos (50% do total de 200 textos com menções ao aborto), e de *O Globo* com 76 textos (50% do total de 152 textos). Um exemplo de enquadramento nesta categoria foi a reportagem do *Estadão*, com chamada de capa, logo depois da eleição em primeiro turno (ROSA; ANDRADE, 2010). O texto na capa registra que

a estratégia de campanha para recuperar votos perdidos após a polêmica sobre o aborto prevê discurso de ‘valorização da vida’ por parte de Dilma. O tom aparecerá na reestreia do programa na TV. O Movimento Nacional de cidadania pela Vida divulgou nota atacando Dilma por declarações ‘oportunistas, ambíguas e eleitoreiras’ (SOB PRESSÃO, 2010, capa).

Percebe-se nesse enquadramento a ênfase numa ação estratégica, reveladora de uma intencionalidade da campanha de Dilma Rousseff (PT) no ajuste do discurso em direção ao

eleitorado religioso. O texto contempla “o outro lado” vocalizado por um grupo social antiaborto condenando a candidata por sua postura “eleitoreira”. Tal construção, em que pese estar registrando “os fatos”, vem imbuída de um sentido: o de “revelar”, através da manifestação da entidade antiaborto, a estratégia “oportunista” da candidata petista na busca dos votos religiosos. Nesse exemplo, encontram-se dois enquadramentos centrais que demonstram ser possível um texto jornalístico conter mais de um enquadramento relevante para a interpretação dos acontecimentos. Porém, com base na metodologia adotada neste estudo, é possível identificar os enquadramentos predominantes, ou seja, as principais interpretações e controvérsias apresentadas sobre os eventos e temas políticos e a ênfase que prevaleceu no texto (PORTO, 2004, p. 93). Nesse caso, a ênfase predominante está voltada para as estratégias eleitorais adotadas pelos candidatos. O segundo enquadramento entra como reforço à ideia de uma ação estratégica com interesses políticos (eleitores), personificados na voz da entidade antiaborto que condena as atitudes da petista.

Outro exemplo do enquadramento voltado para as estratégias dos candidatos foi a manchete da *Folha de S.Paulo* de 6 de outubro de 2010, no momento em que os jornais ainda manifestavam uma certa “surpresa” com a realização do segundo turno e o noticiário estava voltado para acompanhar as ações e estratégias dos candidatos petista e tucano na nova conjuntura<sup>32</sup>. A manchete do jornal desse dia destacava que o PT discutia “retirar de seu programa a defesa da descriminalização do aborto”. De acordo com o texto, “para petistas e aliados do PMDB, a exploração do tema na internet fez a candidata Dilma Rousseff perder votos entre eleitores religiosos – que migraram para a evangélica Marina Silva – e levou ao segundo turno contra José Serra (PSDB)” (PT, 2010, capa).

Além de evidenciar a presença da internet como um novo canal em que a temática do aborto foi explorada no primeiro turno, o texto também destacou o que considerou como evidências da estratégia do PT - e de instituições religiosas - para a abordagem e condução da temática na campanha eleitoral uma vez que o tema tomou importância estratégica no segundo turno. No caso do PT, o enquadramento do texto demonstrou a “capitulação” de alguns dirigentes quanto à posição histórica do partido para o assunto. Já os atores do campo religioso foram

---

<sup>32</sup> Apenas como reforço, no capítulo 3 registramos o noticiário do final de setembro que indicava a possibilidade de vitória de Dilma Rousseff (PT) no primeiro turno e a surpresa com o resultado que levou para o segundo turno, fato creditado entre outros aspectos, pelo uso da temática do aborto contra Dilma, promovida por segmentos religiosos e apoiadores da candidatura Serra (PSDB).

ressaltados como representantes das instituições formais da Igreja Católica que também atuavam no debate público com o objetivo de disputar uma orientação aos eleitores:

[...] Dilma defendia a legalização<sup>33</sup>, mas hoje se diz pessoalmente contra. Segundo José Eduardo Cardozo, que coordena a campanha ao Planalto, a posição pró-aborto não é unânime no PT. “Foi um erro ser pautado internamente por algumas feministas”, declarou André Vargas, secretário de Comunicação do PT. Ontem, a CNBB entrou no debate e lançou a campanha “Em defesa da vida” (PT, 2010, capa).

A característica principal dos textos nesse enquadramento foi demonstrar uma “intencionalidade estratégica” na utilização do aborto tanto pela candidata Dilma Rousseff e seu partido (PT) como pela Igreja Católica. Esse registro demonstra que os atores de campos distintos (político, religioso e o jornalístico com a seleção e construção do texto) atuavam e competiam entre si para a definição das controvérsias do debate público, em que o aborto foi um instrumento dessa disputa. A análise do agendamento (capítulo 3) e, agora, dos enquadramentos serve para mostrar quando e como o campo jornalístico entrou no processo, ao ajustar sua agenda e, então, dar visibilidade e amplo destaque para o tema a partir da virada para o segundo turno.

Na perspectiva do candidato José Serra (PSDB) a polêmica sobre o aborto servia para o tucano reforçar sua posição no eleitorado religioso: “Enquanto Dilma Rousseff divulgava uma nota citando o evangelho e comprometendo-se a não mudar a legislação sobre o aborto, a campanha de José Serra divulgava santinhos, assinados pelo candidato, com a frase ‘Jesus é a verdade e a vida’” (FREIRE, 2010, p. 11; o texto também aparece na capa d’*O Globo* do dia 16 de outubro).

Tais estratégias foram reforçadas para os leitores numa reportagem sobre a primeira pesquisa IBOPE do segundo turno, encomendada pelos jornais *O Globo* e *O Estado de S. Paulo*. O levantamento revelou que a intenção de voto em Serra “mais que dobra” na comparação entre o último levantamento no primeiro turno. De acordo com o texto jornalístico, tal resultado evidenciava que o candidato tucano “conquistou grande parte do voto evangélico e católico do Brasil”, tendo a preferência de 52% dos evangélicos declarados contra 41% da candidata Dilma Rousseff (PT) (BATISTA, 2010, p. 9).

---

<sup>33</sup> Apesar de o texto afirmar que Dilma Rousseff seria “a favor” do aborto, o máximo que esta pesquisa detectou foram declarações favoráveis à descriminalização do aborto, ressaltando que era preciso considerar o tema como um “caso de saúde pública” pelas consequências provocadas pela prática em condições clandestinas.

Ao mesmo tempo, o noticiário revelava que havia uma estratégia por parte da candidatura tucana de explorar eleitoralmente assuntos polêmicos, conforme registrou *O Globo* ao divulgar a determinação do TSE de suspender uma propaganda de telemarketing, contratada por José Serra (PSDB) para propagar mensagens pelo telefone contra Dilma em temas como o aborto e as denúncias de corrupção contra a ex-ministra Erenice Guerra (TSE, 2010, p. 15).

#### **4.4.1.2 Candidatos mudam de opinião de forma oportunista**

Outro enquadramento importante que se associa à interpretação negativa do aborto no debate eleitoral trata da “mudança de posição de forma oportunista”, como parte do jogo político para ganhar as eleições. Esse é um enquadramento vinculado quase exclusivamente à candidata Dilma Rousseff (PT), como será analisado adiante. Com 50 textos (cerca de 10% dos 504 textos da pesquisa), foram 21 registros na *Folha de S. Paulo* (10% do universo de 200 textos), seguidos de 16 textos no *Estado de S. Paulo* (10% dos 152 textos com menções ao aborto) e 13 textos no *O Globo* (8% do total de 152 menções no jornal carioca). Esse enquadramento é um exemplo de como é possível construir uma narrativa a partir da ênfase em determinados atributos de forma a oferecer um conjunto de argumentos marcantes para a imagem de um candidato em detrimento de outros elementos simbólicos. Aqui, a candidata Dilma Rousseff (PT) foi retratada como uma “mulher/política oportunista” que chegou a defender a descriminalização do aborto e, agora, para conquistar o eleitorado religioso, muda de posição e se diz contra o aborto. Ao mesmo tempo, o noticiário atuou de forma a reforçar e legitimar algumas posições e grupos já hegemônicos ao selecionar atores e falas desses segmentos, como é o caso de representantes das igrejas, numa presença quantitativamente desigual em relação a atores que representavam posições opostas.

Tomemos dois exemplos de textos publicados pela *Folha de S. Paulo*. Num deles, a candidata Dilma Rousseff (PT) está na defensiva, rebatendo as acusações de que mudou de posição: “Petista reafirma ser contra a prática, apesar de ter defendido a descriminalização em 2007, e promete não mudar a lei [...]. Candidata lamenta que Marina a tenha acusado de mudar por conta das eleições” (FRANCO, 2010b, p. Especial 7).

A outra reportagem destaca o posicionamento crítico do candidato adversário, José Serra (PSDB), reforçando atributos negativos à imagem de Dilma, que “muda de opinião segundo o vento do eleitorado” e “mente ao se dizer contrária à legalização da prática” (SERRA, 2010, p.



A8). Na véspera, o mesmo jornal havia entrevistado o principal líder católico que combateu ativamente a candidatura do PT, o bispo de Guarulhos (SP) dom Luiz Gonzaga Bergonzini, que afirma que “o partido [PT] está sendo oportunista ao estudar voltar atrás na defesa da descriminalização do aborto” (CARAZZAI, 2010, p. A8).

A cobertura noticiosa nesse enquadramento foi orientada por uma perspectiva conservadora, determinada pelo predomínio das vozes religiosas no noticiário, orientando uma cobertura voltada para o questionamento acusatório, sobretudo à candidata Dilma Rousseff (PT), sobre posicionamentos em favor da descriminalização do aborto. Note-se que o questionamento parte do pressuposto de que ser a favor do aborto é um desvio, ou seja, não é uma posição aceitável. Nesse caso, é possível perceber que as posições dos jornais “empurram” para fora dos limites do espaço da “controvérsia legítima” (HALLIN *apud* MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 63) as vozes dissidentes ou dissonantes daquilo que seria “um consenso básico”, organizado em torno do discurso contrário à descriminalização do aborto. Nesse sentido, o “espaço da controvérsia legítima” foi bastante reduzido, uma vez que o debate provocado pela cobertura desses veículos em torno do aborto expôs um conjunto restrito de posições enfatizando as vozes vinculadas ao contexto das disputas político-eleitorais entre os candidatos à Presidência e as posições dos representantes das igrejas.

Sendo assim, Dilma Rousseff (PT) foi a mais citada nos enquadramentos que definiram as mudanças de posições sobre o aborto como oportunismo eleitoral. A petista teve 44 menções, seguida de José Serra (PSDB) com 30 e Marina Silva (PV) com 18 menções. São “menções” porque muitas vezes os três candidatos (Dilma, Serra e Marina) aparecem citados no mesmo texto. José Serra (PSDB), por sua vez, aparece na reportagem citada, e em geral nos textos desse enquadramento, “cobrando” Dilma por ter mudado de posição para buscar os votos de Marina Silva (PV), além de ser apresentado com adjetivos e enquadramentos que reforçam a imagem de um político coerente, que não muda de posição (CARDOSO, 2010, p. A16).

Marina Silva (PV) também foi retratada de forma distinta, em acordo com os posicionamentos contrários ao aborto associados à sua crença religiosa. Sua fórmula para evitar a polêmica foi defender um plebiscito, que foi acolhido pelos jornais e reforçado em editoriais da *Folha de S.Paulo* e *O Estado de S. Paulo*. No único registro em que houve uma associação de “oportunismo eleitoral” não à candidata mas ao Partido Verde, o jornal *Folha de S.Paulo* destacou a “mudança de posição” das teses históricas do PV para se adaptar às crenças da nova

integrante e candidata à presidência. O texto informa que o novo programa do PV deixou de defender temas como “descriminalização do aborto e da maconha, fim do serviço militar obrigatório, criação de ‘ecotaxas’ para coibir o consumo de gasolina”, bandeiras históricas do partido e de seus candidatos Fernando Gabeira e Alfredo Sirkis, descartadas do programa na campanha de 2010 para evitar polêmicas “que possam contrariar o eleitor conservador, os militares ou as convicções religiosas da candidata” (FRANCO, 2010a, p. A4). Numa coluna de análise que acompanha essa reportagem, a jornalista Vera Magalhães criticou a “guinada careta” do PV, que “mostra um pragmatismo que destoa *um pouco* da utopia que a campanha presidencial da senadora tenta difundir” (MAGALHÃES, 2010, p. A4, grifo da autora). Chama a atenção o advérbio “um pouco” usado pela colunista, um atributo que suaviza a interpretação de “oportunismo”, embora o texto avalie que a renúncia a propostas mais liberais, principalmente em questões de comportamento, “leva a sigla para mais perto dos partidos tradicionais” (MAGALHÃES, 2010, p. A4).

#### **4.4.1.3 A crítica do campo jornalístico ao marketing na política**

Os enquadramentos vinculados à ação do campo político – *aborto faz parte das estratégias dos candidatos na campanha eleitoral e candidatos mudam de posição de forma oportunista* – também podem demonstrar um julgamento depreciativo do campo jornalístico às ações dos agentes políticos na disputa pelo voto. Tais evidências se expressaram em textos noticiosos ou de opinião que associaram as estratégias de marketing e ajustes na condução da campanha ao oportunismo eleitoral para tentar adequar os candidatos à agenda conservadora, com o objetivo de conquistar os votos do eleitorado religioso em detrimento de um debate programático.

*O Globo* reclamou que, ao invés de os candidatos Dilma Rousseff e José Serra “anunciarem suas ideias para conquistar o eleitor e transformá-las em políticas públicas”, agora “como qualquer produto, [o candidato] é moldado [...] às necessidades do público, pouco importando se o que ele diz corresponde ao que pensa” (BLOCH, 2010, p. 17). Para reforçar a afirmação do *lead*, o jornal ouviu intelectuais, pesquisadores, filósofos e historiadores com reconhecimento e legitimidade em suas áreas, como José Murilo de Carvalho e religiosos como frei Leonardo Boff, para criticar a retórica política orientada pelo marketing eleitoral.

Na *Folha*, o colunista do jornal Fernando de Barros e Silva classificou de “esdrúxulo” o debate, uma vez que os dois candidatos têm origem na esquerda e fazem parte do campo progressista, mas começaram o segundo turno pautados

pela cabeça de Severino Cavalcanti [ex-presidente da Câmara]. Disputa-se para saber quem é mais filho de Deus ou quem é mais dramaticamente filho de Deus. [...] Serra na ofensiva como neolaliado do Senhor e Dilma, na defensiva, embromando os fiéis desempenham papéis complementares de uma mesma regressão política (BARROS E SILVA, 2010a, p. A2).

Ainda que os textos ofereçam argumentos críticos às posições conservadoras adotadas pelos candidatos, o foco no enquadramento “oportunismo eleitoral” reforça o que foi afirmado anteriormente sobre a pouca pluralidade de posições a ocupar os espaços para a controvérsia legítima na mídia. Mesmo que o registro feito pelo colunista da *Folha* considere uma “regressão” a posição dos candidatos, o direito ao aborto permanece “fora” dos argumentos aceitáveis no debate proposto. Isso também se evidencia nos registros do jornal *O Estado de S. Paulo* ao registrar a mudança de posição e a adequação dos candidatos à temática religiosa, por exemplo, na manchete do dia 9 de outubro, “Na TV, Dilma e Serra falam de aborto e se dizem a favor da vida”. Embora o impresso concentre os atributos negativos à mudança de opinião da candidata Dilma Rousseff (PT) – ressaltando a trajetória desde o tratamento do aborto como “caso de saúde pública”, passando pelo lançamento da “carta ao povo de Deus”, em agosto (o que evidencia que a campanha petista já havia detectado evidências do impacto da temática religiosa nas eleições desde essa época), até chegar aos programas eleitorais do segundo turno, quando se apresentou como “defensora da vida e da família” (DILMA, 2010i, p. 11) –, permanece o silêncio sobre “um lado”. Na verdade há um “não lado” que é ignorado quando a perspectiva hegemônica dos enquadramentos noticiosos foca apenas os ajustes dos candidatos em direção aos argumentos religiosos. Em outro ângulo, o colunista de política do *Estadão* João Bosco Rabello deu voz para uma vertente da disputa interna ao campo político, sem, contudo, ampliar a pluralidade de vozes a tratar do aborto. Sua coluna reproduziu uma crítica que responsabilizava a candidata Dilma Rousseff (PT) por ter “aceitado” a temática do aborto como agenda eleitoral:

Aceitar o debate plebiscitário sobre o aborto foi o grande erro cometido por Dilma Rousseff, na avaliação de políticos e analistas. Refêm do sim ou do não, a candidata foi flagrada em contradição, o que se tornou mais importante

eleitoralmente que o tema. ‘A verdade não dá voto, mas a mentira tira’, resumiu um experiente político, ao referir-se à afirmação de Dilma de que sempre foi contra o aborto. Para a maioria, no mínimo, a candidata não passou sinceridade ao eleitor (RABELLO, 2010, p. 10).

Tal afirmação de alguma forma “condena” a candidata que foi o centro dos questionamentos sobre o aborto por “entrar” no debate. É de se perguntar se realmente haveria outra possibilidade de escolha no contexto daquela eleição. As evidências colhidas por esta pesquisa nos textos informativos demonstram que houve um conjunto de interesses políticos que se tornaram comuns a vários grupos dos campos político e religioso e da mídia que tornou o aborto o centro do debate público e, assim, o foco da cobertura eleitoral no segundo turno. Além disso, nesse exemplo, é possível perceber o papel do campo jornalístico na construção de uma representação simbólica em torno dos candidatos, definido por um conjunto de atributos ressaltados e associados pelos jornalistas a esses candidatos. Nesse aspecto, apesar de o candidato José Serra (PSDB) também ter sido retratado como um político que ajustou seu discurso para reforçar a retórica religiosa, a maior parte dos textos associados à sua imagem possuem enquadramentos que realçam atributos vinculados à ideia de “coerência” com a sua trajetória (NA BAHIA, 2010, p. 8), desde quando ministro da saúde<sup>34</sup>.

Na tabela 9 é possível identificar um conjunto de enquadramentos que construíram um discurso noticioso posicionado, orientando uma interpretação em que a temática do aborto foi vista como *parte das estratégias dos candidatos* (em 262 textos ou 52%) na competição pelos votos do eleitorado religioso, reforçada pelo viés de que *os candidatos mudam de opinião sobre o aborto de forma oportunista* (10%). Sendo assim, em mais de 62% dos textos presentes nesta pesquisa encontramos enquadramentos voltados para as estratégias eleitorais e as movimentações “oportunistas” dos candidatos. Neste último caso, os enquadramentos estão concentrados, sobretudo, em questionamentos à conduta da candidata Dilma Rousseff e de seu partido (PT).

---

<sup>34</sup> Foi durante o mandato de José Serra como ministro da Saúde, em 1998, que o Governo Federal normatizou o atendimento pelo SUS a mulheres vítimas de estupro, para a realização do aborto.

#### 4.4.2 Enquadramentos religiosos: o predomínio de valores conservadores na narrativa sobre o aborto

Além dos enquadramentos vinculados às estratégias políticas e eleitorais, citados acima, chama atenção a concentração dos textos num segundo grupo, vinculado ao viés religioso. Os textos em que os enquadramentos enfatizam que *a defesa do aborto vai contra os princípios da igreja* (47 ou 9% do universo de 504 textos) e defendem a ideia *contra o aborto, em defesa da vida* (31 textos ou 6% do total) somaram 15%. Se os combinamos aos 62% de textos nos dois enquadramentos ligados às estratégias eleitorais, identificamos em 77% dos textos noticiosos um conjunto de argumentos persuasivos que orientaram para uma “condenação” moral dos políticos pelo uso do aborto como estratégia eleitoral, concentrados principalmente na candidata Dilma Rousseff (PT), foco das cobranças no âmbito político e religioso.

Os 78 textos classificados nos enquadramentos *a defesa do aborto vai contra os princípios da igreja e contra o aborto, em defesa da vida* vocalizam posicionamentos de segmentos do campo religioso. A diferença entre eles é o argumento central para orientar o voto dos fiéis: enquanto o primeiro argumenta contra o aborto de forma ampla, o segundo inclui o argumento “em favor da vida”.

Conforme mostra a tabela 9, os 26 textos com os enquadramentos religiosos no *Estado de S. Paulo* correspondem a 17% dos 152 textos encontrados no jornal. Na *Folha de S. Paulo*, foram 14% (30 textos) do total de 200 textos. E *O Globo* publicou 22 textos nesses enquadramentos, o equivalente a 14% do seu universo de 152 textos. A maior parte dos textos nesses enquadramentos expressam as posições da Igreja Católica sobre o aborto e suas divergências internas sobre explorar ou não o assunto durante a campanha eleitoral, além do embate entre os grupos de parlamentares religiosos vinculados ao catolicismo ou a grupos de denominações evangélicas defensores das candidaturas de José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT). Os evangélicos aparecem em várias matérias que associam a discussão do aborto às estratégias eleitorais, reforçando estudos anteriores sobre a forte presença desse segmento religioso no campo político (MACHADO, 2012, p. 27).

A discussão nesse enquadramento estava concentrada na defesa, pelos religiosos vinculados à Igreja Católica (e evangélica, de várias vertentes), sobretudo da CNBB, de que a igreja não apenas *poderia*, mas *deveria* orientar seus fiéis a não votar em candidatos favoráveis à descriminalização do aborto, orientação que estava personificada na candidata Dilma Rousseff

(PT). As entrevistas de religiosos católicos ou evangélicos questionavam as posições da petista em épocas anteriores e utilizavam essas manifestações como fato relevante para a escolha do eleitor. Além disso, as críticas contra a união homoafetiva e ao Programa Nacional de Direitos Humanos (PNDH 3), apresentadas pelo Governo Federal ao Congresso Nacional no final do exercício de 2009, eram igualmente citadas nesses textos como algo a ser pesado na balança contra a candidata petista, segundo as vozes religiosas selecionadas nos textos jornalísticos.

Os impressos também exploraram as disputas internas dentro da Igreja Católica e as divergências sobre os candidatos, demonstrando as preferências dentro do campo religioso. Foram destacados dois grupos pelo noticiário: os setores mais conservadores, em favor de José Serra (PSDB) e os mais progressistas defendendo a candidata Dilma Rousseff (PT) das acusações e a “não partidarização” das igrejas. Num desses textos, o jornal *O Estado de S. Paulo* explorou essas posições no *olho*<sup>35</sup> da reportagem: de um lado a defesa da candidatura de José Serra (PSDB) a partir do julgamento “de dois males, o menor”, representada pela fala do bispo de Guarulhos, d. Luis Gonzaga Bergonzini, uma das fontes religiosas mais presentes no noticiário analisado nesta pesquisa. De outro, a defesa de Dilma Rousseff (PT) pelo bispo de Jales (SP), d. Luiz Demétrio Valentini, considerando calúnia dos opositores a afirmação de que Dilma fosse favorável ao aborto. E a CNBB “fica na doutrina”, registrou o texto. A reportagem refere da seguinte forma o posicionamento da CNBB: “mantém sua orientação, anunciada em 16 de setembro, na qual recomendou a seus fiéis escolher [para votar] pessoas comprometidas com o respeito incondicional à vida, à família, à liberdade religiosa e à dignidade humana” (MAYRINK, 2010, p. A9).

Na mesma edição, o *Estado de S. Paulo* publicou uma segunda matéria em que lideranças e parlamentares evangélicos foram ouvidos. Nesse texto está um exemplo do enquadramento que enfatiza as estratégias eleitorais vinculadas à propagação pelos candidatos de posições que reforçam valores religiosos contrários ao aborto e “em favor da vida”:

A divulgação de uma nova versão da carta aberta ao povo de deus e uma propaganda de TV em que a candidata Dilma Rousseff (PT) exponha claramente a posição contrária ao aborto [...] de valorização da vida e da família [...] são algumas propostas defendidas por lideranças evangélicas que atuam na campanha petista (LEAL, 2010, p. A9).

---

<sup>35</sup> No jargão jornalístico, “olho do texto” é o parágrafo de destaque, que sintetiza os principais argumentos do texto.

Os exemplos acima demonstram que vários atributos podem estar num mesmo texto. No entanto, como já referido, o enquadramento é definido pela ênfase e valorização de alguns enunciados que orientam a interpretação do registro. Nos textos com a ênfase religiosa, foi observada a presença mais intensa de argumentos como “a defesa da vida e da família”, de forma a orientar a interpretação do leitor para as doutrinas religiosas propagadas pelas vozes dos representantes das igrejas.

Outra característica comum ao universo dos 77% de textos noticiosos presentes nesta pesquisa é que não há registro do “outro lado”, com representação de posições favoráveis ao aborto, o que demonstra como a mídia pode privilegiar uma restrita seleção de discursos e, assim, reforçar posições e perspectivas socialmente já dominantes (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 50). No estudo desse caso percebe-se que a mídia deu visibilidade e reforçou um discurso moral sobre o aborto valorizando vozes e declarações que naturalizavam doutrinas religiosas como justificativas socialmente legítimas. A ausência de posições favoráveis à descriminalização do aborto nas reportagens como “contraponto” às posições dos representantes das igrejas reforçou o caráter desviante e “ilegítimo” dessas vocalizações. Dessa forma, quando a candidata Dilma Rousseff era questionada sobre a descriminalização do aborto, sua posição estava sempre na defensiva, por sua trajetória e a de seu partido, o PT, ter um “caráter desviante”, uma vez que já haviam defendido a descriminalização do aborto. Assim, o viés religioso que orientou os enquadramentos noticiosos sobre a legitimidade ou a ilegitimidade da posição dos candidatos em torno do aborto produziu um sentido negativo para posições favoráveis à descriminalização do aborto, encaixando-se com a “desvalorização do que é dito e de quem diz” (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 12) e transformando em “falas enguiçadas” as manifestações da candidata petista ou de quem quer que defendesse a descriminalização do aborto.

Pelo volume de textos nos enquadramentos das estratégias políticas e das posições religiosas, é possível considerar que houve uma escolha editorial, um viés, que emoldurou o noticiário no contexto dos valores religiosos e constituiu esses posicionamentos como o ponto de partida para questionamentos dos agentes do campo político que disputavam as eleições. Quem concordava com as posições das igrejas, estava legitimado por essa vertente. Quem manifestasse alguma opinião divergente estava definido por esse mesmo contorno numa “fala enguiçada” (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 12). Assim, mesmo que o campo jornalístico tenha sido contrário ao agendamento da temática sobre a descriminalização do aborto como o centro do debate

eleitoral, sua adesão à agenda, sem espaço para um debate crítico que equilibrasse posições dominantes com outros argumentos em favor do direito ao aborto, ajudou a reforçar um discurso no plano da estratégia eleitoral defensivo e negativo à candidata do PT, Dilma Rousseff, e, no plano social, valorizou um discurso conservador refratário ao direito das mulheres no que diz respeito à autonomia sobre seu corpo.

Mesmo que o objetivo fosse “revelar” que parcela das estruturas das igrejas estavam posicionadas e atuando de forma a interferir na escolha eleitoral de seus fiéis, os jornais reforçaram uma retórica moralista ao destacar enquadramentos e vozes que legitimavam o poder das instituições religiosas perante a sociedade: “A igreja, com o peso que tem, quando fala é acusada de se intrometer em um âmbito [fora] de sua competência? Esse argumento é falso. [...] Estado laico não é sinônimo de Estado ateu ou antirreligioso” (GUIMARÃES, 2010, p. A17).

Em outro exemplo, a *Folha de S.Paulo* ouviu o arcebispo de Aparecida (SP), na época recém indicado pelo papa Bento XVI como novo cardeal brasileiro, d. Raymundo Damasceno Assis. Nessa reportagem, as falas do religioso defendem que “temas relacionados ao direito à vida e ao matrimônio sejam debatidos pelos candidatos durante a campanha” (AMATO, 2010, p. Especial 9). Assim como ele, outros dirigentes da CNBB foram ouvidos pelo veículo, em que a mesma assertiva de discutir o aborto na perspectiva eleitoral e de valorizar posicionamentos da Igreja Católica para a escolha de seus fiéis foi ressaltada sem, no entanto, apresentar o mesmo equilíbrio com outras reportagens ressaltando posições que defendessem um tratamento laico para o aborto.

#### **4.4.3 A presença do papa nas eleições de 2010**

Um acontecimento importante que demonstrou como os atores do campo religioso se mobilizaram para incidir na agenda eleitoral e midiática usando o símbolo máximo da Igreja Católica no mundo, o papa Bento XVI, com manifestações contrárias à descriminalização do aborto tendo repercussões no noticiário de 29 de outubro, às vésperas da eleição, no dia 31. Um dos elementos da teoria do agendamento se aplica nesse episódio de forma a tornar mais evidente a intencionalidade de grupos do campo religioso no sentido de promover eventos que direcionaram a agenda pública (e midiática) para seus interesses. Nesse caso, os agentes do campo religioso agiram de forma estratégica no sentido de “fazer coincidir as suas necessidades



de acontecimento com as dos profissionais do campo jornalístico” (TRAQUINA, 2000, p. 22). As reportagens sobre as manifestações do papa revelaram que houve um movimento articulado de bispos católicos em busca de um posicionamento público de Bento XVI criticando as posições favoráveis ao aborto. Segundo o *Globo* na época:

Às vésperas da eleição presidencial, o papa Bento XVI criticou as propostas de descriminalização do aborto – tema recorrente na campanha – e, em discurso para bispos brasileiros disse que o episcopado do país tem o dever de emitir juízo moral sobre temas políticos. Sem citar a eleição brasileira, Bento XVI afirmou que projetos que descriminalizam o aborto e a eutanásia ferem o ideal democrático (PRESSÃO, 2010, capa).

Mais adiante, o mesmo texto de capa do jornal indica a mobilização dos religiosos e em seguida apresenta os dois candidatos em enquadramentos distintos e reveladores da posição de cada um no noticiário: “A posição do Vaticano foi resultado de bispos moderados e conservadores brasileiros. A petista Dilma Rousseff disse que não será prejudicada e minimizou a mensagem do papa – que preocupou sua campanha. José Serra disse que o papa tem o direito de orientar os fieis” (PRESSÃO, 2010, capa). A mobilização dos religiosos em busca de uma manifestação do papa é mais uma evidência que confirma a hipótese deste estudo de que houve uma disputa pela definição da agenda pública em que atores de campos distintos (político, religioso e midiático) competiram pela construção dos significados do debate eleitoral. Os agentes do campo religioso agiram no sentido de agendar o aborto como tema relevante para as eleições de forma a impactar a cobertura noticiosa. A manifestação do papa Bento XVI não foi casual, mas provocada de forma intencional para que se tornasse um acontecimento dentro do período de campanha eleitoral, como registrou a coluna de política Paineis, da *Folha de S.Paulo*. Uma nota publicada na coluna creditou a d. Luiz Gonzaga Bergonzini a iniciativa de ter levado ao Vaticano a polêmica sobre o aborto e registrou a desconfiança de integrantes da campanha Dilma Rousseff (PT) de que “o papa foi devidamente pautado por quem tem interesse em retomar o tema do aborto na campanha” (LO PRETE, 2010, p. A4).

A forte mobilização de atores religiosos no debate jornalístico e eleitoral de 2010 demonstra uma tendência cada vez mais crescente da presença do campo religioso nas disputas simbólicas e políticas da sociedade. Isso vem se dando não apenas nos espaços tradicionais do campo religioso mas em outros ambientes públicos:

[P]ara além da competição interna na esfera religiosa, em especial entre o catolicismo e o pentecostalismo, verifica-se neste início de século uma acirrada disputa de sentidos em torno da vida e da sexualidade humana entre as ideologias de matriz cristã e as de caráter secular, como as dos movimentos feministas e pela diversidade sexual (MACHADO, 2012, p. 49).

É nesse contexto que assume relevância observar a crescente politização do religioso (no sentido da ocupação de um espaço no campo político tradicional, o parlamento) ao mesmo tempo que há uma participação mais efetiva desses segmentos na disputa simbólica realizada pelo campo jornalístico, um espaço estratégico de propagação massiva e de legitimação, reconhecimento e afirmação do que é relevante social e politicamente.

#### **4.5 O desequilíbrio da cobertura eleitoral**

Os enquadramentos com ênfase na defesa da descriminalização do aborto oferecem as evidências de o quanto o noticiário eleitoral do segundo turno de 2010 foi agendado por valores morais, de cunho religioso e juridicamente conservador. Na pesquisa, dois enquadramentos foram definidos com o objetivo de observar o tratamento em textos informativos ou opinativos em favor da descriminalização do aborto. Nesses casos, não estava em pauta o tratamento ao aborto como uma vertente emancipatória e autônoma das mulheres sobre seu corpo, e sim o acesso ao sistema público de saúde como forma de combater o aborto clandestino, prática que se tornou um grave problema social e uma das maiores causas da mortalidade feminina no país. Apesar de essa ênfase ter sido defendida pelos veículos de comunicação como um argumento legítimo para a descriminalização do aborto, o *enquadramento sob a perspectiva da saúde pública* não passou de 8% (43) do total de 504 textos presentes nesta pesquisa (ver tabela 9).

Foi nesse enquadramento que a candidata Dilma Rousseff (PT) teve o que se poderia considerar como “falas corretas”, com ênfases “aceitáveis” para posições defensivas em favor da descriminalização. Na maioria das reportagens em que a candidata organizou sua fala em torno da *necessidade de tratar o aborto como “um caso de saúde pública”*, suas posições sempre vieram acompanhadas de ressalvas como ser “pessoalmente contra o aborto” ou da alegação de que, “em caso de ser eleita”, trataria o tema como um “problema de saúde pública” e não ampliaria a legislação atual (MAGENTA, 2010, p. A10).

Em dois casos, vê-se a expressão de uma perspectiva “aceitável” para a descriminalização do aborto, voltada para a ênfase da saúde pública. Embora seja um discurso situado, que mobiliza valores e argumentos socialmente diferentes das posições das igrejas, não chega ao ponto de se tornar conflitante com o discurso religioso hegemônico no noticiário em relação ao aborto. O primeiro exemplo foi a coluna publicada por Eliane Cantanhêde, tradicional analista de política da *Folha de S.Paulo*. Nessa coluna, ela verbalizou sua posição em favor da descriminalização do aborto ainda no início do processo eleitoral, em 15 de julho, muito antes de o assunto assumir as proporções que teve no noticiário político do segundo turno, um indício de que o tema já seria parte das disputas político-eleitorais, provavelmente motivadas pelos resquícios da polêmica sobre o PNDH3<sup>36</sup> ocorrida em janeiro de 2010. Cantanhêde criticou os candidatos José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT) por não assumirem a descriminalização do aborto, motivados por um “pragmatismo” em busca do voto do eleitorado religioso, mesmo que suas posições fossem favoráveis à mudança. A colunista reproduz números que indicam a curetagem pós-aborto como a principal cirurgia realizada pelo SUS entre 1995 e 2007 (mesmo estudo usado em outubro pelo jornal *O Globo*) e expõe os argumentos em favor da descriminalização, tendo o cuidado de reproduzir na voz de outrem a defesa literal da legalização do aborto:

Não se trata, porém, de uma questão religiosa nem moral, mas de realidade: ninguém pode ser a favor do aborto, mas milhões de brasileiras recorrem a ele porque não têm outro jeito. E devem ser assistidas, até porque as que podem podem, as que não podem correm o risco de morrer [...]. [A colunista reproduz na fala da sanitarista Ana Costa a defesa da legalização do aborto:] “Por isso a necessidade de legalizar para garantir o direito de as mulheres sobreviverem ao aborto adotado como uma solução terminal para uma gravidez indesejada”. O aborto é uma questão pública, o SUS é um serviço público, Serra e Dilma disputam o principal cargo público do país. Têm o dever de assumir uma posição clara e firme (CANTANHÊDE, 2010, p. A2).

O outro exemplo desse enquadramento foi a reportagem publicada pelo *Globo* no dia 10 de outubro de 2010. Essa foi a única grande reportagem do período analisado com ênfase favorável à descriminalização do aborto, desde que tratado pelo ângulo da saúde pública e da laicidade do Estado:

---

<sup>36</sup> Plano Nacional de Direitos Humanos 3. Enviado ao Congresso em dezembro de 2009, foi objeto de intensas críticas ao governo Lula e condenação por parte da Igreja, mídia e militares por propostas como o casamento gay, descriminalização do aborto, criação de mecanismos de fiscalização da atuação da mídia e instalação da Comissão Nacional da Verdade para investigar crimes promovidos por militares durante a ditadura.

Alçado ao centro da campanha presidencial, o debate político-religioso sobre o aborto esconde uma estatística macabra: o aborto inseguro mata uma mulher a cada dois dias. Pelos dados do SUS, em média, são 200 mortes por ano. [...] Pesquisa realizada pela USP mostra que a curetagem foi a cirurgia mais realizada pelo SUS entre 1995 e 2007: 3,1 milhões de procedimentos. De acordo com as estimativas, para cada aborto que chega ao hospital pelo menos outros quatro foram feitos às escuras, de forma clandestina e insegura para as mulheres. O número de abortos vem caindo no Brasil, mas o problema ainda responde por 15% das mortes maternas. “Não é exagero reiterar que temos um problema de saúde pública”, afirma Greice Menezes, do Instituto de Saúde Coletiva da UFRJ (BENEVIDES; FARAHA, 2010, p. 3).

A reportagem veio acompanhada de outros textos com depoimentos de mulheres pobres que fizeram o aborto clandestino ou de mães que perderam suas filhas vitimadas pelo procedimento secreto (BENEVIDES; FARAHA, 2010a; BENEVIDES; FARAHA, 2010b, p. 3). Apesar do grande destaque e espaço na edição, a reportagem não teve continuidade, e as vozes populares presentes no texto também foram pontuais, funcionando como depoimentos ilustrativos de um drama real, mas com visibilidade restrita a essa data. Foi uma abordagem importante, sem dúvida, mas de pouca eficácia do ponto de vista da construção de sentidos e representações simbólicas para sustentar a defesa da descriminalização ou legalização do aborto, o que efetivamente não foi a intenção do jornal. Isso fica claro, dois dias depois, quando o impresso carioca publicou sua posição sobre o tema em editorial defendendo o planejamento familiar como política pública, destacando que, “se o poder público agisse, a questão do aborto perderia importância”:

A polêmica questão do aborto [...] não deveria ser objeto de campanha, ainda mais que geralmente as abordagens sobre temas tão delicados são feitas sempre com superficialidade [...]. E pior, a exploração do tema abriu campo para a atuação na campanha de grupos religiosos radicais, num assunto de saúde pública, laico por excelência [...]. O planejamento familiar foi por muitos anos proibido no Brasil e isso se refletiu na precariedade como era tratado nas políticas públicas. Mas é um tema que até deveria preceder a discussão sobre a necessidade de legalização do aborto, pois, sem dúvida, se o Brasil tivesse políticas eficazes de planejamento familiar, que atingissem de fato as mulheres da base da pirâmide social não haveria tantas pessoas morrendo [...] em decorrência de aborto em condições precárias e encobertas pela clandestinidade (PLANEJAMENTO, 2010, p. 6).

A discussão do aborto sob a perspectiva da saúde pública foi o espaço que as diferentes formas de defender a descriminalização do aborto encontraram para se manifestar no noticiário daquele período. Além de *O Globo*, a *Folha de S.Paulo* manifestou sua posição editorial em favor de uma “consulta popular” para tratar de eventuais mudanças na lei. Como posição da empresa, defendeu a “flexibilização da legislação vigente”, de forma que “qualquer mulher possa interromper a gravidez sem que seja considerada criminosa por isso”, apresentando como argumento a expressiva quantidade de mulheres que morrem por abortos clandestinos, considerada um grave problema de saúde pública (OBSCURANTISMO, 2010, p. A2).

Como se vê na tabela 9, o jornal paulista publicou 11 textos no enquadramento “*descriminalizar o aborto é caso de saúde pública*” (5% do seu universo de 200 textos), divididos em cinco reportagens, duas entrevistas, uma coluna, uma nota de coluna fixa e dois artigos. Entre os artigos que defendiam a descriminalização do aborto está o texto publicado pelo advogado Antonio Carlos de Almeida Castro, que “assumiu” a responsabilidade por três abortos realizados por suas ex-parceiras, relatando a dolorosa decisão que compartilhou com cada uma delas (CASTRO, 2010, p. A3). *O Globo* publicou 20 textos (13% do seu universo de 152 textos presentes nesta pesquisa), sendo 13 reportagens, uma coluna, duas entrevistas, duas notas de coluna fixa e dois editoriais. Por fim, *O Estado de S. Paulo* publicou 12 textos no enquadramento que tratou o aborto como um caso de saúde pública (8% do total de 152 textos), sendo nove reportagens, um artigo, uma nota de coluna fixa e um editorial. Nesse editorial, o *Estadão* reafirma sua posição em favor da vitória de Serra, mas critica o rumo da discussão sucessória no segundo turno, “sequestrada pelo ativismo de grupos mais conservadores de diferentes denominações cristãs”. Ao defender a descriminalização, o jornal argumenta: “O que o sacerdote não pode querer é que o Estado laico se dobre aos dogmas de sua fé. [...] Agora, na polêmica sobre o aborto, a perspectiva do Estado só pode ser a da saúde pública – a interrupção da gravidez é a terceira causa de mortalidade materna no Brasil [...]” (A SUCESSÃO, 2010, p. 3).

Nesse enquadramento identificaram-se diversos argumentos em favor de uma discussão laica e não vinculada à moral religiosa, sempre pela perspectiva da saúde pública – e não a soberania das mulheres sobre si – como argumento em favor da descriminalização. O baixo volume de textos nesse enquadramento (8% dos 504 textos desta pesquisa) demonstra os limites bastante restritos a um debate efetivamente pluralista sobre a controvérsia do aborto no campo da

mídia, mesmo com o enfoque da saúde pública, defendido pelos três veículos de comunicação analisados nesta pesquisa.

#### **4.6 O direito da mulher ao seu corpo: um debate ausente da mídia nas eleições de 2010**

Outro aspecto que reforça o argumento dos limites para a visibilidade de vocalizações distintas aos enquadramentos morais e religiosos que dominaram os discursos e as estratégias eleitorais de 2010 pode ser observado nos enquadramentos que enfatizaram que o *direito ao aborto é necessário para respeitar a autonomia plena da mulher*. Foram encontrados somente um texto (0,5% dos 152 textos) no *Globo*; três textos na *Folha de S.Paulo* (1% do total de 200 textos); e nenhum texto com esse enquadramento no *Estado de S. Paulo*. Portanto, apenas quatro textos no universo desta pesquisa enfatizaram a ideia de que a descriminalização do aborto era necessária por ser um direito da mulher ter autonomia plena e poder de decisão sobre seu corpo. Isso equivale a 1% dos 504 textos analisados.

Quando observamos esse enquadramento e os tipos de texto em que essa discussão se estabeleceu (tabela 9), os resultados mostram que foi nos espaços de opinião que argumentos importantes foram expostos e poderiam ter ampliado o debate público na direção de uma cobertura mais racional sobre o tema. Porém, a baixa incidência dessas vozes na mídia (1%) confirma que o centro da agenda jornalística foi explorar a temática do aborto como instrumento da disputa eleitoral, numa cobertura mais preocupada em questionar os candidatos e amplificar as controvérsias políticas em torno do assunto.

Como se vê na tabela 9, na *Folha de S.Paulo*, o enquadramento *direito ao aborto é necessário para respeitar a autonomia plena* se concentrou em duas colunas de opinião e uma entrevista. A entrevista foi realizada com Soninha Francine (PPS<sup>37</sup>), coordenadora da campanha de José Serra (PSDB) na internet, que já havia declarado em outra época ter feito um aborto. A entrevista com a ex-vereadora do PPS paulista foi publicada na coluna de Mônica Bergamo em formato *pingue-pongue* (FRANCINE, 2010, p. E2). No caso das colunas com a posição de seus autores, tome-se o exemplo de uma delas, publicada por Danuza Leão. No *olho* do texto a colunista faz uma comparação com a negativa da sociedade em aceitar o aborto, tendo como base

---

<sup>37</sup> Partido Popular Socialista.

para a discussão a postura do então vice-presidente José Alencar. As notícias da época registravam que ele havia se negado a fazer um exame de DNA para comprovar uma possível paternidade. A partir dessa situação, Danuza Leão questiona a relação moral e cultural de uma sociedade que aceita determinados comportamentos do homem e impõe padrões de subordinação e de dominação masculina às mulheres em relação ao seu comportamento, sua sexualidade e o direito ao aborto. O que chama a atenção no texto é justamente o fato de a colunista reivindicar o direito de autonomia da mulher e a denúncia que faz de uma cultura machista e patriarcal que submete a mulher a padrões e comportamentos determinados pelo mundo masculino, mesmo que individualmente ela não defenda o aborto como bandeira de luta: “Não faço defesa do aborto, mas não aceito que um mundo masculino tenha o direito de ditar as regras” (LEÃO, 2010, p. C2).

Outra coluna em que o enquadramento em favor da descriminalização do aborto como um direito autônomo da mulher esteve presente foi escrita por Vladimir Safatle. Sua ênfase foi no aspecto jurídico, ou seja, nas normativas que o Estado impõe para organizar as regras sobre o corpo e a sexualidade. Sua crítica reside no fato de que a modernização da legislação em busca da “universalização de direitos” continua em retrocesso no Brasil:

Peguemos o caso do aborto. Nos anos 80, uma artista plástica norte-americana, Bárbara Kruger, fez um belo cartaz pró-aborto onde se lia: “Seu corpo é um campo de batalha”.

De fato, essa é a perspectiva correta para a abordagem do problema. É necessária muita imaginação para levar a sério o dogma de que um feto do tamanho de um grão de feijão, absolutamente dependente do corpo materno, teria o mesmo estatuto jurídico que uma pessoa.

A questão não concerne o “respeito à vida”, até porque não estamos de acordo a respeito do que “vida”, enquanto objeto a ser defendido pelo ordenamento jurídico, deva significar. Por não estarmos de acordo, não é possível que a sociedade civil seja refém de um conceito teológico de vida que os católicos procuram nos empurrar (até porque, boa parte das igrejas protestantes tem posição muito mais mitigada a respeito do aborto). A questão concerne, na verdade, o modo de intervenção estatal e de disciplina moral dos corpos (SAFATLE, 2010, p. Especial 3).

Ainda na perspectiva do direito e da justiça, o *Globo* abriu espaço para um artigo da psicanalista Glaucia Dunley, em que a autora criticou a forma como a mídia vinha explorando o tema e defendeu o direito justo da mulher sobre seu corpo:

[A] prática do aborto não envolve apenas uma questão de saúde pública, mas fundamentalmente o conflito entre o direito à vida e o direito da mulher à liberdade de interromper sua gravidez em até doze semanas. Entretanto, o debate público trazido pela mídia em torno dos candidatos está tentando acorrentá-los com os grilhões maniqueístas e excludentes da apropriação moral, religiosa ou tecnocrata em termos de saúde. Ora, isso significa despir a questão do aborto de sua tragicidade, que sempre é vivida, independente de sua intensidade, no conflito íntimo de cada mulher ao se ver diante dessa situação limite [...]. Esta questão política levantada por uma prática descriminalizada do aborto em nosso país solicita a elaboração de leis que tenham como ideal um “direito justo”, capaz de levar em consideração a convivência sempre problemática entre os seres humanos, que é exacerbada pelas não menos problemáticas relações entre o Direito e a Justiça. Pois o Direito não é a Justiça, sendo muitas vezes apenas um instrumento, uma tentativa, muitas vezes vã, de se fazer justiça (DUNLEY, 2010, p. 7).

Todos os exemplos acima são demonstrações de possibilidades argumentativas que, se tivessem recebido maior presença quantitativa nos espaços noticiosos, poderiam ter provocado um debate público diferenciado, uma vez que pressionariam para a ampliação dos limites da controvérsia legítima, alargando a presença de diferentes perspectivas sociais existentes na estrutura social. Porém, os dois enquadramentos em que o aborto foi tratado sob a perspectiva de descriminalizá-lo, seja por uma necessidade de *saúde pública* (43 textos ou 8% do total de textos) ou por se tratar de um direito *da mulher e do exercício autônomo sobre seu corpo* (quatro textos, ou 1%) somaram, juntos, 47 textos ou 9% do universo desta pesquisa.

Sendo o campo jornalístico um ator importante na construção das representações de gênero no noticiário político, ao selecionar enquadramentos e dar visibilidade a determinadas variáveis, como a ênfase nos valores religiosos na cobertura eleitoral sobre o aborto, não é possível desconsiderar o papel da mídia na orientação e interpretação dos episódios envolvendo o aborto e os candidatos à Presidência da República para um viés conservador, moralista, com ênfase nos valores religiosos, além de uma visão negativa da ação política, concentrada em enquadramentos vinculados ao “pragmatismo eleitoral” e num “oportunismo” dos candidatos para conquistar o voto do eleitorado conservador e religioso. Numa comparação dos resultados, temos 77% dos textos na perspectiva contrária ao aborto voltado para as estratégias eleitorais contra 9% dos textos favoráveis à descriminalização.

Além disso, aspectos como os apontados nos artigos e colunas em favor da descriminalização do aborto tiveram maior eficácia para validar o discurso de “neutralidade da mídia” que publicou manifestações das “mais variadas posições da sociedade” nas páginas de opinião do jornal. Ao jornalismo diário, controlado pelos editores e pelos filtros da redação, como



os *gatekeepers*, coube a cobertura factual dos episódios do cotidiano eleitoral, voltada para o acompanhamento da agenda produzida pelos agentes políticos das campanhas.

#### **4.7 As críticas ao campo político por promover um discurso conservador sobre o aborto**

As críticas mais contundentes ao campo político pela utilização da temática do aborto como instrumento da luta política durante o processo eleitoral e suas consequências conservadoras foram predominantes no enquadramento *a temática do aborto, quando tratada no debate eleitoral tem efeito conservador e moralista*. Foram 65 textos (13% do total de 504) nessa perspectiva, divididos em 19 textos no *Globo* (12% do total de 152 textos), 33 na *Folha de S. Paulo* (16% dos 200 textos) e 13 textos no *Estado de S. Paulo* (8,5% dos 152 textos). Apesar de os jornais se afirmarem contrários e críticos à abordagem do aborto nas eleições, o espaço neles dedicado a esse enquadramento não competiu com a perspectiva das estratégias eleitorais e o viés religioso da cobertura eleitoral.

De uma maneira geral, as críticas pelo uso da temática do aborto na disputa eleitoral, registradas nos textos jornalísticos ou de opinião, foram creditadas ao campo político. Apesar de a mídia ter sido a “fiadora” da relevância que o tema adquiriu no debate público a partir do agendamento na cobertura do segundo turno das eleições, o questionamento do campo jornalístico recaiu sobre os candidatos José Serra e Dilma Rousseff por estabelecerem o viés moral e religioso para a discussão (BENEVIDES; FARAH, 2010c, p. 4). Foi nesse enquadramento que as cobranças por uma discussão mais ampla sobre questões de gênero tiveram voz nas reportagens, com opiniões de pesquisadoras e especialistas que condenaram o conservadorismo religioso que retirou da pauta abordagens sob a perspectiva da vida social e econômica, como creches e limitações que um filho impõe para o ingresso feminino no mercado de trabalho (DUARTE; VICTOR, 2010). Também foi nesse enquadramento que os jornais deram espaço para reflexões sobre a influência das igrejas na política (SANT’ANNA, 2010); ouviram as vozes do campo científico e religioso contrários à exploração do tema na campanha eleitoral (WESTIN; COLLUCCI, 2010); e, até mesmo, deram espaço às fontes políticas para condenar o moralismo do debate político-eleitoral (POLÊMICA, 2010b).

Os resultados gerais da pesquisa demonstram a predominância dos enquadramentos vinculados às estratégias eleitorais e religiosas. Ao observar os enquadramentos críticos à

abordagem do aborto nas eleições essa constatação é reforçada. Foram encontrados 13% de textos no enquadramento *uso da eleitoral temática do aborto tem com efeito conservador e moralista*. Tal resultado corrobora a percepção já identificada nos enquadramentos favoráveis à descriminalização do aborto (9%): mesmo somando esses dois grupos de enquadramentos mais críticos ao uso do aborto na campanha eleitoral (o que daria 22% dos textos desta pesquisa), ainda assim, não seriam suficientes para permitir alguma simetria ou equilíbrio com os 77% já apresentados como a principal perspectiva da cobertura do campo jornalístico sobre o aborto na eleição de 2010. Isso significa que o campo jornalístico construiu uma presença limitada de perspectivas sociais no noticiário jornalístico, mantendo a predominância de posições conservadoras sobre o aborto, já dominantes no cenário político e social, como é o caso da igreja como instituição, sobretudo a católica.

A concentração predominante do noticiário nas ênfases vinculadas às estratégias eleitorais e ao viés religioso pode ter sido um fator de influência nos resultados de uma pesquisa que apontou um aumento da população que condenava a prática do aborto revelados numa pesquisa sobre o assunto feita durante a campanha eleitoral. É sabido que a exposição ao noticiário motiva as pessoas a pensar sobre algo sob um determinado aspecto, a partir da mensagem difundida pelas reportagens. Os resultados de estudos sobre o agendamento da mídia demonstram que “os consumidores dos media não só adquirem conhecimentos sobre um determinado assunto como também qual a importância a atribuir a esse mesmo assunto, a partir da quantidade de informação veiculada na notícia e da posição por ela ocupada” (McCOMBS; SHAW *apud* WEAVER; McCOMBS; SPELLMAN, 2000, p. 76).

É de se supor que essa influência tenha contribuído para o resultado da referida pesquisa de opinião realizada no dia 8 de outubro pelo Datafolha e apresentada pela *Folha de S.Paulo* no dia 11. A reportagem informou que “o apoio à proibição do aborto é o mais alto no Brasil desde 1993, quando o Datafolha começou a série histórica de perguntas sobre o tema”. O texto registrou que 71% dos entrevistados entendiam que a legislação sobre o aborto deveria ficar como está, contra 11% que defendiam a ampliação das hipóteses em que a prática é permitida e 7% que apoiavam a descriminalização. Num infográfico temporal, o jornal demonstra que, em 1993, 54% entendiam que a lei deveria ficar como está contra 23% a favor da ampliação das situações em que o aborto seria permitido e 18% que apoiavam a descriminalização total do aborto (MACHADO, 2010b, p. A8).

Mesmo compreendendo que o impacto do agendamento da comunicação não pode ser aplicado de maneira uniforme em todas as pessoas, uma vez que a necessidade de orientação do indivíduo e a

compreensão sobre os acontecimentos ocorrem de maneira distinta entre as pessoas (TRAQUINA, 2000, p. 76), é possível considerar que o aumento do apoio à permanência da lei sobre o aborto nos moldes atuais tenha sido motivada por uma massiva exposição dos cidadãos ao noticiário da época que enfatizava enquadramentos negativos à abordagem sobre o aborto concentrados em declarações de religiosos que condenavam a prática e os políticos que defenderam a descriminalização.

#### **4.8 As vozes e os enquadramentos predominantes e os mecanismos que dão sentido à notícia**

O papel da mídia na construção da agenda pública, sua influência na definição dos temas que terão destaque e em como esses assuntos serão retratados no noticiário interfere na compreensão dos indivíduos sobre a realidade social. Da mesma forma, a construção da visibilidade dos atores políticos feita pela mídia reforça determinadas posições, papéis sociais e estereótipos, como é possível perceber na forma como foram associados os atributos destacados pelos enquadramentos noticiosos à imagem dos candidatos à presidência durante a eleição de 2010. Há uma relação entre “o que” é objeto de atenção da notícia e “quem” é objeto de atenção (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 24).

Assim como a ênfase a determinados ângulos dos acontecimentos orientam a atenção do público para alguns aspectos em destaque e para a interpretação desses acontecimentos, a omissão e a exclusão de certos aspectos ou fontes, ou então a cobertura acanhada de certos argumentos, igualmente fazem parte dos mecanismos de agendamento da notícia (WOLF, 2005, p. 151). É possível confirmar tal assertiva. Houve um padrão na concentração relativa de vozes determinando a predominância de determinados grupos em detrimento de outros nos textos. Essa predominância definiu o enquadramento hegemônico do texto. Nesta pesquisa é possível afirmar que a vocalização de determinados atores (e não de outros) na abordagem sobre o aborto e a forma como esses atores foram associados ao tema definiram o sentido da cobertura jornalística nas eleições de 2010.

A presença constante de determinados grupos no texto é relevante para o “delineamento” do quadro interpretativo dos acontecimentos e a ligação desses acontecimentos com “porta-vozes” que dão significado à narrativa. Na pesquisa realizada é possível identificar, pela predominância das vozes e dos enquadramentos, que alguns grupos definiram o conteúdo dos textos e seus “pacotes interpretativos” (metáforas, slogans, falas e imagens presentes nos discursos dos agentes). Isso

tornou predominantes na arena midiática algumas interpretações sobre o posicionamento dos candidatos Dilma Rousseff (PT) e José Serra (PSDB) em relação ao aborto que orientaram a percepção da imagem dos candidatos, como veremos mais adiante neste capítulo (tabela 10).

Num primeiro momento, serão analisadas as vozes que foram ativadas para vocalizar os discursos que definiram os enquadramentos centrais dos textos. Foram separadas em dois grupos centrais: as *vozes presentes no texto* e as *vozes autorais*. As vozes presentes nos textos informativos são aquelas pessoas que foram mobilizadas e selecionadas pelos jornalistas<sup>38</sup> para fazer parte da narrativa, mas não representam diretamente a posição do autor do texto, ou seja, do jornalista que assina a matéria. Foram classificadas 12 categorias de *vozes presentes no texto*. As *vozes autorais* estão localizadas nos espaços de opinião do jornal (artigos, colunas, entrevistas) e expressam a opinião de quem assina a mensagem ou a posição da empresa, caso específico dos editoriais, que não são assinados, mas constituem a “voz” da empresa.

Separados nesses dois segmentos, teremos dentro do universo de 504 textos as matérias informativas em que os jornalistas selecionaram e definiram os grupos que tiveram “voz” nas matérias<sup>39</sup> e vocalizaram suas posições. Nesse grupo, somam 361 fichas (72% dos textos)<sup>40</sup>. No segundo grupo, em que o conteúdo expressa a opinião do autor, foram separados em 143 fichas (28% do total), que serão tratadas à parte para não gerar análises equivocadas entre os grupos.

#### **4.8.1 Vozes presentes no texto**

No universo das 361 fichas, as vozes presentes nos textos foram agrupadas em 12 categorias com o objetivo inicial de identificar todas as personagens mobilizadas pelos jornalistas para estar presentes no texto informativo. Nesse universo foi encontrado um total de 497 vozes. Em alguns casos, houve mais de uma voz presente no texto. Em outros, o texto não teve fonte. Para efeito de análise das vozes presentes no texto, o segmento de textos sem a presença de fonte direta não será considerado. Esses textos representam 3% dos 497 registros presentes na tabela 10. Os textos sem fonte/voz são registros informativos feitos pela redação, geralmente

---

<sup>38</sup> Entende-se aqui que o jornalista é o “autor” do texto jornalístico. Neste caso, como se trata de notícia, e não de opinião, o que nos interessa no estudo é observar as vozes que foram mobilizadas para compor o texto informativo.

<sup>39</sup> Utilizamos o termo “matéria” para indicar todo o material não publicitário vinculado aos textos informativos. Não estão nessa definição os textos de opinião presentes neste estudo (artigos, colunas, entrevistas e editoriais).

apresentando resultados de pesquisas por segmento (por exemplo, “Petista cresce entre mulheres e evangélicos”, *Folha de S.Paulo*, 27/10/10, p. Especial 1) ou, ainda, textos que registram o comportamento de candidatos ou partidos em relação ao aborto em outros períodos que não o atual (“Serra causou polêmica ao normatizar o aborto”, *Folha de S.Paulo*, 5 de outubro, p. Especial 1; “No papel, PT defendeu legalização”, *O Globo*, 6 de outubro, p. 9).

As 12 categorias presentes na tabela 10 foram definidas da seguinte maneira:

- a) Candidatos à presidência - declarações em aspas feitas pelos candidatos Dilma Rousseff (PT), José Serra (PSDB), Marina Silva (PV), Plínio de Arruda Sampaio (PSOL), Ivan Pinheiro (PCB), José Maria Eymael (PSDC) e Levy Fidelix (PRTB);
- b) Parlamentares - declarações feitas por algum parlamentar das esferas federal, estadual ou municipal;
- c) Partidos políticos - falas de dirigentes ou representantes de partidos políticos ou coordenadores das campanhas políticas;
- d) Religiosos identificados com instituições religiosas ou eclesiásticas - declarações de religiosos tratados nos textos como representantes de instituições religiosas, paróquias, igrejas, templos.
- e) Parlamentares religiosos - manifestações de parlamentares eleitos e identificados com alguma tradição/instituição religiosa com atuação no parlamento federal, estadual ou municipal.
- f) Religiosos não vinculados a nenhuma instituição religiosa - declarações individuais de religiosos que não são associados a nenhuma instituição religiosa, mas são chamados de “padres”, “bispos”, “frei”.
- g) Movimentos pró-descriminalização do aborto - manifestações de representantes vinculados a movimentos sociais em defesa da descriminalização do aborto
- h) Movimento contra a descriminalização do aborto - manifestações de representantes vinculados a movimentos contrários à descriminalização do aborto;
- i) Especialistas/pesquisadores/universidades - profissionais liberais, estudiosos, pesquisadores de universidades, diretores de instituto de pesquisa;
- j) Governo (federal, estadual, municipal) - representantes do Executivo nas três esferas do Estado;
- l) Populares - pessoas que foram ouvidas no intuito de ilustrar a matéria. Personagens que deram “vida” ao que os textos registravam, no entanto, não se constituíram em atores representativos e com predominância na definição dos enquadramentos dos textos.

m) Não há vozes no texto - matérias sem aspas. Como referido anteriormente, para efeito metodológico, os textos em que não há fonte em aspas ou vozes presentes não serão considerados na análise das vozes predominantes.

**Tabela 10. Vozes presentes no texto**

<b>Vozes no texto</b>	<b>N. de citações/menções</b>	<b>Frequência</b>
Candidatos à presidência	141	<b>28%</b>
Parlamentares	25	<b>5%</b>
Partido político (dirigentes e coordenadores de campanha)	101	<b>21%</b>
igreja (religiosos identificados com paróquias, congregação ou outra instituição religiosa católica ou evangélica)	82	<b>17%</b>
Igreja (parlamentares religiosos)	25	<b>5%</b>
Religiosos não vinculados a nenhuma instituição da igreja	6	<b>1%</b>
Movimentos sociais pró-descriminalização do aborto	8	<b>2%</b>
Movimentos sociais contra a descriminalização do aborto	6	<b>1%</b>
Especialistas/pesquisadores/universidades	38	<b>8%</b>
Governo (federal, estadual, municipal)	41	<b>8%</b>
Não há vozes no texto (texto sem fonte)	17	<b>3%</b>
Populares	7	<b>1%</b>
<b>Total de citações/menções</b>	<b>497</b>	<b>100%</b>

A tabela 10 nos dá a dimensão das vozes que foram mobilizadas para compor os textos noticiosos, ou seja, todas as pessoas mobilizadas e selecionadas pelos jornalistas/autores para fazer parte das matérias. Estudos sobre os processos de produção da notícia revelam que muitas vezes a construção da notícia depende de um conjunto de práticas organizacionais inerentes ao campo jornalístico (*newsmaking*) associado à relação entre esses meios e as fontes. Há uma tendência de as notícias se concentrarem no que é conhecido, sendo em geral as fontes governamentais e políticas as predominantes na cobertura jornalística. Em consequência disso, “as notícias apoiam a ordem social dos homens brancos de meia idade da classe média alta pertencentes aos setores públicos, comercial e profissional da sociedade” (GANS *apud* KUNCZIK, 2001, p. 272).

Os dados presentes nesta pesquisa confirmam uma concentração relativa das vozes em grupos dominantes do campo político e religioso. As categorias agrupadas dos candidatos à presidência, parlamentares e dirigentes de partidos políticos constituem 54% das falas nos textos informativos (tabela 10). Se acrescentarmos a esse conjunto as vozes religiosas – sejam indivíduos vinculados às instituições eclesiais ou ao parlamento ou mesmo pessoas reconhecidas por sua trajetória no campo religioso –, há um universo de 77% das vozes presentes nos textos jornalísticos vinculadas a esses dois campos, exclusivamente. É claro que o período eleitoral pressupõe uma vocalização maior para aqueles que representam o campo político. Porém, chama atenção a concentração das vozes religiosas como segundo grupo com maior presença nos textos (23%), o que confirma o agendamento e o enquadramento do noticiário eleitoral pelo viés religioso. O estudo demonstra que a politização do aborto deu-se pela perspectiva da moral religiosa, orientada pelo ideário do “direito à vida [do feto]”.

A maneira como o campo jornalístico deu visibilidade para o debate reforçou valores conservadores e, como esfera privilegiada de produção de significados, ratificou posições patriarcais sobre a mulher e seu corpo, determinados pela profunda assimetria de enquadramentos e vozes em favor da criminalização da prática do aborto. Tal construção determinou os limites para o debate eleitoral concentrados num questionamento moral, sobretudo à candidata Dilma Rousseff (PT), por suas posições em favor da descriminalização. A concentração de vozes políticas (54%), associadas às vozes religiosas (23%), demonstra que a seleção dos episódios para compor o noticiário priorizou enquadramentos que reforçaram posições conservadoras sobre o tema. Embora tenha sido criticado pelos jornais em seus editoriais, o agendamento da temática do aborto na cobertura feita pela mídia naturalizou hierarquias de gênero, unificando uma cobertura em torno de posicionamentos determinados pelas igrejas.

#### **4.8.1.1 As vozes da sociedade civil sub-representadas no noticiário**

Observando-se o noticiário pela perspectiva das vozes vinculadas a movimentos sociais, sejam favoráveis ou contrários à descriminalização do aborto, percebe-se a baixa presença desses grupos. Somadas, as duas categorias não ultrapassaram 3% de vocalizações presentes no noticiário (tabela 10):

[...] a rede de fontes que os aparatos de informação estabilizam como instrumento essencial para seu funcionamento reflete, de um lado, a estrutura social e de poder existente e, de outros, organiza-se na base das exigências colocadas pelos procedimentos de produção. As fontes que se encontram às margens dessas duas determinações muito dificilmente podem influir de maneira eficaz na cobertura informativa (WOLF, 2005, p. 235).

É de se considerar, portanto, que o processo de produção noticiosa tende a favorecer fontes institucionais, produzindo uma “exclusão discursiva” daqueles grupos sociais sem capacidade de produzir ou influenciar a construção do discurso dominante, como populares ou minorias sociais. O jornalismo atual está repleto de relatos de acontecimentos programados ou controlados por agentes institucionais com competência para agendar suas informações e influenciar os enquadramentos da notícia (ALCANTARA *et. al.*, 2005, p. 203). No noticiário político, por exemplo, as fontes muitas vezes buscam dirigir e orientar a construção do relato noticioso utilizando meios e recursos como os boatos e os rumores (muita vezes em *off*), de forma a adequar o enquadramento do noticiário para seus interesses na disputa política (CHAPARRO, 2007, p. 76 - 80). Alguns textos observados nesta pesquisa corroboram essa assertiva.

A predominância de vocalizações vinculadas às estruturas de poder político e religioso, identificadas nesta pesquisa, confirma estudos sobre a contribuição do campo da mídia na sustentação de instrumentos restritivos à pluralidade de vozes no debate público:

O pluralismo de vozes resultante [na mídia] parte de uma posição não plural, que o limita e condiciona; por isso se fala de um “simulacro de pluralidade” no noticiário jornalístico. [...] Ao definir os limites do pluralismo político, o jornalismo delimita também o espaço de contestação discursiva. A ampliação do “espaço da controvérsia legítima” (Hallin, 1986) depende da possibilidade de que contradiscursos circulem em condições de disputa e diálogo com os discursos hegemônicos. Nos padrões convencionais do jornalismo, os discursos hegemônicos são reproduzidos como portadores de valores “universais”. Os contradiscursos, por sua vez, são silenciados ou não se tornam públicos, a não ser como estereótipos verbais (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 69).

A mesma sub-representação no noticiário, detectada nos grupos vinculados aos movimentos sociais pró e contra o aborto, também se revelou nas vozes populares. A presença de somente 1% dos registros de populares (ver tabela 10) e a forma isolada como aparecem nos textos são constitutivas de uma representação segundo a qual os indivíduos são “personagens”, com a função



de ilustrar ou confirmar episódios relatados pelos jornais. Em geral essas pessoas não estão vinculadas a grupos ou movimentos sociais, estando, portanto, limitadas na capacidade de agendar o noticiário enquanto grupo organizado. Os depoimentos podem ilustrar matérias importantes, como as reportagens de *O Globo* sobre as mortes por aborto já referidas anteriormente (FARAH; BENEVIDES, 2010b) ou como as declarações da ex-aluna de Mônica Serra na *Folha de S.Paulo* que afirmou ter ouvido da ex-professora, em sala de aula, que ela havia feito um aborto, o que provocou uma “reviravolta” no tratamento sobre o aborto noticiário eleitoral (BERGAMO, 2010, p. A10). Essas fontes serviram para ilustrar um assunto previamente decidido pela redação (abordagem sobre o aborto) ou para vocalizar uma informação pontual, jornalisticamente relevante, mas com um fim em si mesmo (a revelação da realização de um aborto por Monica Serra), não se constituindo em categoria de voz com representação de grupo social.

Como método de análise, as vozes populares foram separadas da categoria “vozes ou grupos predominantes” pelo entendimento já referido de não se constituírem em grupo determinante do agendamento do noticiário. A partir dessa separação foi possível chegar à efetiva concentração relativa de vozes. O objetivo, a seguir, foi identificar *como* a visibilidade no noticiário das vozes de certos grupos em detrimento de outros “naturalizou” posicionamentos dominantes, legitimando enquadramentos conservadores definidos pelo campo religioso na disputa política.

#### **4.8.2 Vozes predominantes no texto**

Para permitir a identificação da voz predominante e, assim, encontrar o grupo dominante na construção argumentativa do texto, realizou-se uma segunda seleção, de forma a identificar essas vozes dominantes que organizam o sentido da narrativa porque têm peso relativo maior que as outras no texto. O critério metodológico foi o de observar a concentração relativa de determinados atores e o quanto foram decisivos para a definição do sentido da cobertura jornalística. É o caso da concentração nos grupos políticos e religiosos, já referidos. Ao agrupar todas as vozes vinculadas ao campo político e religioso (tabela 11), teremos 82% das vocalizações predominantes no noticiário atreladas a esses dois grupos. Os candidatos à presidência (35%), parlamentares (2%) e dirigentes de partidos políticos e coordenadores de campanha (23%) somaram 60% das vozes. O campo religioso, com seus

representantes institucionais (17%), parlamentares (4%) ou vozes de religiosos “independentes” (1%), chegou a 22% das vozes presentes no noticiário. Somadas, essas vocalizações alcançam 82% das vozes que foram mobilizadas no noticiário para falar da temática do aborto.

**Tabela 11. Vozes predominantes no texto**

<b>Vozes predominantes no texto</b>	<b>N. de citações/menções</b>	<b>Frequência</b>
Candidatos à presidência	118	<b>35%</b>
Parlamentares	8	<b>2%</b>
Partido político (dirigentes ou coordenadores de campanha)	78	<b>23%</b>
Igrejas - vozes vinculadas às instituições religiosas	57	<b>17%</b>
Igreja - vozes de religiosos parlamentares	13	<b>4%</b>
Vozes de religiosos individuais	4	<b>1%</b>
Mov. soc. pró-descriminalização do aborto	6	<b>2%</b>
Mov. soc. contra a descriminalização do aborto	4	<b>1%</b>
Especialistas, pesquisadores, universidades	31	<b>9%</b>
Governo (federal, estadual, municipal)	22	<b>6%</b>
<b>Total de menções/citações</b>	<b>341</b>	<b>100%</b>

Fonte: a autora

A tabela 11 mostra a importância de identificar a concentração relativa dos atores presentes no noticiário para demonstrar quais foram mais vocalizados pela mídia e quais tiveram menos espaço de propagação de suas posições. Além disso, é necessário compreender o *contexto* construído em torno desses atores presentes na narrativa jornalística. O contexto, isto é, os aspectos selecionados para compor o ambiente do registro noticioso, define o enquadramento dos discursos. Pelos dados percebe-se que os leitores dos três jornais não tiveram acesso à pluralidade de posições e perspectivas existentes na sociedade sobre a temática do aborto. As vozes presentes no noticiário estiveram restritas aos agrupamentos políticos atuantes na campanha eleitoral, e seus discursos foram disseminados em enquadramentos determinados pela perspectiva religiosa ou das estratégias eleitorais, como já foi tratado. Os valores religiosos e as estratégias para conquistar o voto dos eleitores “orientaram” os enquadramentos em que os candidatos à

Presidência e os representantes políticos se manifestaram, sem espaço para um debate amplo e representativo da diversidade de posições na sociedade sobre o assunto.

Por ser uma campanha eleitoral, as vozes políticas foram o centro do noticiário. O segundo grupo de maior presença vocalizou as posições religiosas sobre o aborto, oferecendo as palavras, as ideias e os adjetivos necessários para modelar o tratamento do tema. A intensidade das vozes religiosas presentes no noticiário reforçou percepções morais e posições hierarquizadas de gênero. Tais discursos foram difundidos pelos jornais especialmente nas reportagens (65% do total de 504 textos, como se viu no capítulo 3), o que deu maior credibilidade à narrativa pela ideia de “neutralidade” que o campo jornalístico assume a partir de uma posição “não situada” (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 68), ou seja, equidistante dos “dois lados” do conflito.

Chama atenção a posição das *vozes governamentais* neste estudo. Esses agentes tiveram um papel secundário no noticiário e isso fica evidente ao se comparar a presença de suas falas nos textos noticiosos em geral (tabela 10) com o quadro das vozes predominantes (tabela 11). Nesse caso, é possível perceber que os representantes do governo que apareciam na tabela 10 em 8% dos textos informativos na tabela 11 somaram 6%. Ou seja, os agentes do governo (vocalizados principalmente pela esfera federal) não foram determinantes para o debate público sobre o aborto nas eleições. A maioria dos textos com o predomínio das vozes governamentais teve enquadramentos defensivos, com falas de ministros, governadores e até mesmo do então presidente Lula em defesa da candidata petista, contra a exploração da temática do aborto na campanha eleitoral, o que demonstra o forte enquadramento dos textos vinculados à candidata petista nessa temática (“Petistas criticam reacionarismo nas eleições”, *Folha de S.Paulo*, 14/10/2010, p. A10; “Para Gilberto Carvalho, petista ‘evoluiu’ sobre aborto”, *Folha de S.Paulo*, 14/10/2010, p. A10; “Ministros fazem campanha e atacam Serra”, *O Globo*, 19/10/2010, p. 14; “Lula repudia polêmica do aborto e defende candidata”, *O Estado de S. Paulo*, p. 8).

#### **4.8.2.1 Como a vocalização de determinados atores deu sentido à cobertura**

A tabela 12 (abaixo) revela como a presença de determinados atores associada ao enquadramento construiu um conjunto restrito de significados que orientaram a interpretação das

mensagens jornalísticas. Excluídos os 143 textos de opinião e os 17 textos em que não houve fonte, conforme já explicado anteriormente, temos nesta pesquisa 341 textos noticiosos, produzidos pelos jornalistas dos três jornais (68% do universo das 504 fichas presentes nesta pesquisa). A tabela 12 permite identificar as vozes e os enquadramentos predominantes nesses textos jornalísticos.

**Tabela 12. Vozes predominantes X enquadramento predominante nos textos noticiosos\***

<b>Enqu. predom.</b>	<b>Aborto vai contra princ. da Igreja</b>	<b>Contra aborto = defesa da vida</b>	<b>Contra aborto = defesa da família</b>	<b>Direito ao aborto necess. para auton. plena</b>	<b>Descr. aborto = saúde pública</b>	<b>Candid. mudam posição de forma oportun.</b>	<b>Aborto é parte de estrat. eleitoral</b>	<b>Aborto no debate eleitoral tem efeito conserv.</b>	<b>Total</b>
<b>X</b> <b>Vozes predom. no texto</b>									
Candid. à presid.	13% (6)	13% (4)	0% (0)	0% (0)	21% (9)	38% (19)	29% (75)	8% (5)	<b>23% (118)</b>
Parlam.	2% (1)	3% (1)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	2% (0)	2% (5)	0% (0)	<b>2% (8)</b>
Partidos políticos	0% (0)	3% (1)	0% (0)	0% (0)	5% (2)	12% (6)	26% (67)	3% (2)	<b>15% (78)</b>
Igreja (instit.)	57% (27)	45% (14)	50% (1)	0% (0)	0% (0)	2% (1)	4% (11)	5% (3)	<b>11% (57)</b>
Igreja (parl.)	2% (1)	3% (1)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	4% (10)	1% (1)	<b>3% (13)</b>
Igreja (indiv. relig.)	2% (1)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	1% (1)	3% (2)	<b>1% (4)</b>
Movim. soc. pró-aborto	0% (0)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	14% (6)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	<b>1% (6)</b>
Mov. soc. contra aborto	2% (1)	6% (2)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	2% (1)	0% (0)	0% (0)	<b>1% (4)</b>
Espec./pesquis./	6% (3)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	16% (7)	2% (1)	3% (9)	17% (11)	<b>6% (31)</b>

univers.									
Governo (federal, estadual, munic.)	6% (3)	0% (0)	0% (0)	0% (0)	9% (4)	0% (0)	4% (11)	6% (4)	<b>4% (22)</b>
<b>Total</b>	<b>100% (43)</b>	<b>100% (23)</b>	<b>100% (1)</b>	<b>0% (0)</b>	<b>100% (28)</b>	<b>100% (29)</b>	<b>100% (189)</b>	<b>100% (28)</b>	<b>100% (341)</b>

\* A tabela se refere a 341 textos noticiosos.

Fonte: a autora.

O recorte de análise da tabela 12, na linha horizontal, confirma a concentração das vozes presentes do noticiário de grupos ligados ao campo político, vocalizados por candidatos à presidência (23%), representantes de partidos políticos (15%) e representantes das igrejas – institucionais ou parlamentares – (15%), totalizando 53% das vozes em representantes do campo político e religioso. Ainda pela tabela 12, na coluna vertical, percebe-se a concentração dos textos noticiosos nos enquadramentos que definem o tratamento do aborto em quatro categorias: a) aborto como parte das estratégias dos candidatos na campanha eleitoral (55%); b) seguido da ênfase de que a defesa do aborto é contrária aos princípios da Igreja (13%); c) reforçada pela ideia de que os candidatos mudam de posição de forma oportunista (8%); e d) da noção de que ser contra o aborto é defender a vida (7%). Tais dados demonstram a homogeneidade da cobertura tanto das vozes presentes no noticiário quanto do tipo de enquadramento para uma determinada narrativa.

#### 4.8.2.2 Vozes políticas e o tratamento do aborto como parte das estratégias eleitorais

O cruzamento dos dados revela que as falas dos candidatos à Presidência da República (29%) e dos dirigentes políticos (26%) foram selecionadas dentro do enquadramento no qual o aborto foi tratado como *parte das estratégias dos candidatos na campanha eleitoral*. Os seja, o contexto em que as declarações desses atores foram registradas associava as manifestações às estratégias eleitorais, com o objetivo de “conquistar o voto do eleitorado religioso”. Por esse enquadramento é possível perceber que o aborto foi um debate que não aconteceu na cobertura eleitoral. O tema foi usado como parte das estratégias eleitorais, voltado para o viés do jogo e das artimanhas políticas. Nesse mesmo enquadramento também foram encontradas vozes religiosas

representando a Igreja Católica ou Evangélica (4%). As matérias em geral abordavam declarações e articulações de lideranças em ação nas suas paróquias ou cultos em busca do convencimento de seus fiéis “a não votar em quem defende a descriminalização do aborto”. Tal afirmação era registrada nos textos jornalísticos sempre vinculados à candidata Dilma Rousseff (PT). É nesse enquadramento que representantes de governo se manifestam (4%) em defesa dos candidatos, sobretudo da candidata governista Dilma Rousseff (PT), criticando o uso do aborto como tema da eleição.

Ao agrupar dois enquadramentos que foram usados para situar as vozes do campo político – *as estratégias usadas pelos candidatos na campanha eleitoral e a mudança de posição de forma oportunista* –, encontramos 64% do total dos textos jornalísticos conforme mostra a tabela 12. Especificamente no enquadramento em que o oportunismo eleitoral foi a ênfase principal, os candidatos à presidência foram 38% das vozes presentes, seguidos dos dirigentes políticos (12%). Porém, como veremos adiante, é a candidata Dilma Rousseff (PT) a personagem principal desse enquadramento – seja porque é “cobrada” por opiniões distintas sobre o assunto, seja porque ao justificar seus posicionamentos é tratada como alguém que “mudou de posição de forma oportunista”, para não perder o voto religioso. Seguramente esse enquadramento demonstra que houve uma “construção” no sentido de “moldar” um cenário em que a imagem da candidata foi desqualificada por meio de um discurso de suspeição sobre sua conduta.

#### **4.8.2.3 As vozes religiosas nos enquadramentos**

O segundo grupo de enquadramentos predominantes no noticiário foi representado pelas vozes religiosas. Essas vozes materializaram argumentos em torno de tabus religiosos, centrados em valores que produziram um noticiário homogêneo favorecendo o domínio e a “naturalização” da cobertura pelo viés contrário ao direito ao aborto. Dos 43 textos em que a ênfase estava nas *críticas ao aborto porque vai contra os princípios da igreja*, a maioria das vozes foram de representantes institucionais das igrejas (57%). Os candidatos à Presidência foram 13% das manifestações, seguidos pelos especialistas e representantes governamentais (6%, cada um). Quando a candidata Dilma Rousseff (PT) aparece em textos com esse enquadramento, a ênfase recai sobre declarações em que a ela ressalta seu “vínculo” com os princípios da Igreja

católica, sem associar essas manifestações a posicionamentos anteriores, como foi o registro de suas declarações sobre o aborto e o batismo do seu neto no Rio Grande do Sul: “O batismo é um sinal. Fui batizada, fui crismada. E eu acho que meu neto tinha que ser batizado. É a religião da minha família e a minha também” (ROCHA, 2010, p. Especial 8).

Argumentos em que a candidata procura “explorar” sua religiosidade reforçam uma visão contraditória e oportunista de sua imagem, uma vez que ela foi a principal personagem da polêmica sobre o aborto no debate eleitoral, sendo sempre lembrada pelo noticiário, seja no texto informativo, nas falas dos religiosos ou em declarações dos candidatos concorrentes, como alguém que já defendeu a descriminalização do aborto. Porém, nesse enquadramento há uma preocupação em enfatizar o vínculo com as tradições e a doutrina das igrejas. Os candidatos à Presidência foram retratados nesses enquadramentos, em geral, com declarações reafirmando sua posição de subordinação, reconhecimento ou respeito aos preceitos religiosos. No episódio envolvendo as manifestações do papa Bento XVI contra o aborto, a uma semana da eleição em segundo turno, José Serra (PSDB) aparece, junto com a petista, em declarações legitimando as mensagens do papa “em defesa da vida” (CAMAROTTI, 2010, p. 3).

Outro enquadramento vocalizado pelas posições religiosas, *contra o aborto, em defesa da vida*, é igualmente dominado pelo discurso de religiosos que representam instituições (45%). Como já vem se demonstrando neste estudo, a temática do aborto está concentrada num questionamento à candidata Dilma Rousseff (PT). É ela quem precisa “dar explicações”, reafirmar seus posicionamentos e reforçar uma imagem de submissão aos preceitos religiosos. Em geral, os textos jornalísticos a colocam sempre numa posição defensiva, sendo questionada ou cobrada por suas posições em relação ao assunto.

O contexto desses dois enquadramentos religiosos enfatiza uma candidata “temente a Deus”. Nesse segundo enquadramento, por exemplo, a candidata registra sua “posição pessoal contra o aborto”. Além disso, os textos procuram demonstrar os arranjos políticos e os compromissos assumidos por ela e pelo PT com os religiosos de forma a não alterar a legislação atual sobre o aborto, acolhendo as demandas desse segmento social (FALCÃO, 2010, p. A10). Aqui, os argumentos religiosos são “universalizados” nos textos, e o questionamento aos candidatos é sobre seu comportamento diante desse contexto. Um exemplo desse enquadramento foi a reportagem em que a candidata Dilma Rousseff (PT) destacou sua “posição pessoal” contrária ao aborto, durante visita a jovens católicos numa igreja em Belo Horizonte:

Queria aproveitar para deixar claro a minha posição: pessoalmente sou contra o aborto. Até porque seria estranho quando há uma manifestação da vida no seio da minha família, porque meu neto acabou de nascer eu defendesse a posição a favor do aborto. Sou contra porque é uma violência contra a mulher (HERDY; GALGO; REMÍGIO, 2010, p. 12).

Nesse texto há uma evidência da hierarquia e do desequilíbrio com que o aborto foi tratado na construção da narrativa jornalística e do peso diferenciado para distintas posições presentes na sociedade. O caráter conflitivo das visões divergentes (sobre o aborto) é tratado de forma distinta no noticiário. Ou seja, para a candidata Dilma ter posições consideradas “aceitáveis”, é preciso que ela reafirme o aborto como “não aceitável”, sendo necessário marcá-lo de forma negativa nos espaços de controvérsia constituídos pela mídia.

São elementos simbólicos como o registrado acima com enquadramentos enfatizando a perspectiva religiosa que colaboraram para reforçar posições das igrejas, ao universalizar valores, ocultar ou registrar de forma desigual os conflitos, silenciando grupos ou posicionando negativamente perspectivas socialmente sub-representadas.

Na perspectiva das estratégias político-eleitorais, a utilização pela mídia dos enquadramentos com ênfase religiosa beneficiou determinadas posições vinculadas ao candidato José Serra (PSDB) e determinou uma cobertura questionadora à candidata petista. Isso ocorreu porque a maior parte dos textos com menções à candidata Dilma Rousseff (PT) estava vinculada a um contexto de permanente comparação entre declarações passadas e suas falas no contexto das eleições. A contradição nas falas da candidata foi explorada no enquadramento “mudar de posição de forma oportunista” (a favor da descriminalização para contra a descriminalização). Já o candidato tucano, José Serra (PSDB), não é instado a confrontar suas posições anteriores com as do momento eleitoral. Os enquadramentos definidos pela perspectiva religiosa formam um conjunto de 66 textos noticiosos (19% dos 341 textos).

Por fim, a tabela 12 revela a ausência de vozes no enquadramento *em defesa da descriminalização do aborto como um direito à autonomia da mulher*. Por se tratar de uma análise de textos noticiosos, produzidos no interior das redações, nesse enquadramento ficam mais evidentes os limites do pluralismo midiático na produção e difusão de conteúdo e a necessidade de discutir tais restrições, uma vez que o campo jornalístico é uma arena importante do debate público, em que as representações e o contexto social construído pelo noticiário



formam o ambiente onde a luta política se realiza (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 49). Para um debate plural seria necessário que todas as vozes de uma controvérsia pudessem estar presentes na arena noticiosa. No entanto, os dados da tabela 12 demonstram que vozes dissidentes ou “desviantes” em favor da descriminalização do aborto como um direito autônomo da mulher sobre seu corpo não foram consideradas na produção noticiosa. Não foi encontrado nenhum texto noticioso nesse enquadramento. Em toda a pesquisa, foram identificados somente quatro textos em que a autonomia da mulher foi o enquadramento predominante, todos em textos de opinião (uma entrevista e duas colunas na *Folha de S.Paulo* e um artigo em *O Globo*). Ao se cruzarem as tabelas dos enquadramentos e das vozes predominantes nos textos noticiosos (tabela 12), não foram encontrados registros de texto informativo com essa ênfase.

As vozes em favor da descriminalização encontraram espaço e legitimidade em textos noticiosos em que os enquadramentos estavam vinculados à saúde pública. Nesse caso, foram 14% (seis textos) com a presença de vozes representando movimentos sociais em favor da descriminalização do aborto e 16% (sete textos) de vozes representando especialistas, pesquisadores ou integrantes de universidades num total de 28 textos (8% dos 341 textos). No caso das vozes de movimentos sociais, dos seis registros, quatro foram em notas de colunas fixas, como o Painel (*Folha de S.Paulo*), Panorama Político/Illimar Franco (*O Globo*) e Direto da Fonte/Sonia Racy (*O Estado de S. Paulo*), além de duas pequenas matérias. Os registros não produziram controvérsias, mas informavam posições de movimentos. Na coluna de Illimar Franco, por exemplo, a nota registra carta aberta do movimento gay pedindo que os candidatos se “lembrem de seu passado” e “não maculem suas trajetórias” ao assumir posições retrógradas quanto ao casamento gay e à descriminalização do aborto, pelo menos no que já está definido como lei (FRANCO, 2010, p. 2).

Tratamento semelhante deu o *Estadão*, com um registro publicado na coluna de Sonia Racy do manifesto lançado pelo movimento Católicas pelo Direito de Decidir defendendo que os candidatos “deixem o viés moral e religioso da discussão e apresentem propostas de políticas públicas”. Na voz de Rosângela Talib, a colunista reproduziu uma pequena síntese do pensamento do grupo: “A favor da vida todos somos. Principalmente das mulheres que perdem as suas fazendo abortos ilegais. Nenhuma mulher faz aborto por que quer” (RACY, 2010, p. D2). Foram registros pequenos, de cunho informativo, que não influenciaram a cobertura jornalística para além da nota publicada nessas edições. Já a reportagem da *Folha de S.Paulo* não deu

destaque sequer no título da matéria em que registrou o ativismo das mulheres envolvidas na luta feminista pela descriminalização do aborto. Optou por abrir o texto num tema mais relevante para o campo da mídia do que para a luta feminista. O jornal registrou, no final de uma página, uma pequena matéria sobre as resoluções aprovadas na 11ª Conferência Regional da Mulher na América Latina com ênfase para a aprovação de temas como “o controle social da mídia, inclusão de casais do mesmo sexo na Previdência e revisão das leis que punem mulheres que praticam aborto”. O registro ressaltou ainda que a Ministra da Secretaria de Políticas para as Mulheres, Nilcéia Freire, também assinou o texto (TEXTTO, 2010, p. A8).

Nos textos em que as vozes de especialistas estiveram presentes, a temática do aborto teve um tratamento efetivamente menos religioso e mais vinculado às questões de ciência e saúde pública. Um caso específico provocou em julho a abordagem nesse enquadramento: a divulgação do resultado de uma pesquisa feita pelo Ministério da Saúde e pelo Instituto do Coração (Incor) que revelou ser a curetagem o procedimento mais solicitado pelo SUS entre 1995 e 2007. As vozes presentes nos textos de *O Globo* e do *Estadão* foram de pesquisadores e profissionais da saúde explicando pontualmente os resultados do estudo e as consequências do aborto clandestino para o sistema público (TOLEDO, 2010, p. A15; BARBOSA, 2010, p. 14). Outro exemplo foi a grande reportagem de capa feita por *O Globo*, em outubro, apresentando dados, estatísticas e vozes de mães e avós de mulheres da periferia que perderam suas vidas após terem feito aborto clandestino (BENEVIDES; FARAH, 2010a, p. 3). Essa foi a edição que reuniu o maior volume de textos jornalísticos durante o período eleitoral de 2010 em favor de uma perspectiva “aceitável” para o tema do aborto. Em outras situações, os textos com a presença de vozes em defesa do tratamento do aborto como caso de saúde pública estavam vinculados a aspectos históricos e à dificuldade de implantar a lei prevista desde 1940: “Embora prevista desde 1940, somente em 1998, com uma norma técnica assinada pelo então ministro da Saúde, José Serra, é que a interrupção da gravidez passou a ser oferecida pelo sistema público de saúde” (FORMENTI, 2010, p. A10). Em geral, esses textos reconhecem a dificuldade do tratamento do tema no Brasil e como o assunto é “recorrente em campanhas eleitorais”, apontado como “responsável por derrotas de candidatos”, deveria ser tratado como saúde pública, mas “virou um verdadeiro cerco aos candidatos”, registrou a *Folha de S.Paulo* na voz da ativista da ONG Rede Feminista da Saúde, Télia Negrão (FORMENTI, 2010, p. A10).

Foram encontrados 28 textos jornalísticos que trataram o aborto como caso de saúde pública (8% do total de 341 textos jornalísticos). Conforme mostra a tabela 12, somente 12 textos reproduziram vozes de ativistas em favor da descriminalização do aborto (seis) ou de médicos, especialistas e pesquisadores com a mesma ênfase (sete textos). Outras vozes relevantes nesse enquadramento foram os candidatos à Presidência: Plínio de Arruda Sampaio (PSOL) em defesa da descriminalização da maconha e do aborto; José Serra (PSDB), que defendeu a permanência das regras “como está: os casos previstos em lei para o atendimento pelo SUS” (O PT, 2010, p. 10). Novamente, o maior volume de textos nesse enquadramento (assim como em outros) recaiu sobre a candidata Dilma Rousseff (PT). Suas declarações continham sempre o posicionamento de ser “pessoalmente contra o aborto”, mas, nesse caso, defendendo o tratamento do tema como caso de saúde pública (AMORIM, 2010, p. 15).

Cabe ressaltar que, apesar de esse enquadramento permitir outro ângulo para a discussão pública sobre o aborto, mais “aceitável”, ele não teve a mesma frequência nem a mesma saliência que os textos jornalísticos que enfatizavam enquadramentos político-eleitorais e religiosos, sempre voltados para a condenação da prática, o que produziu um desequilíbrio nas posições em disputa na arena discursiva da mídia.

## Capítulo 5. A representação dos candidatos construída pelo noticiário

Já foi referido que os meios de comunicação de massa possuem uma posição relevante no debate público, sobretudo por sua capacidade de propagação e de organização de sentido para os episódios na vida cotidiana, que orientam a compreensão dos indivíduos sobre o mundo que os cerca. Quanto mais distante o indivíduo estiver dos acontecimentos, maior será sua absorção dos registros da maneira como for retratado pelo noticiário (McCOMBS, 2009, p. 94). No universo político ocorre o mesmo fenômeno. A maior parte da população acompanha os acontecimentos da vida política e os embates eleitorais pelos registros produzidos pelos meios tradicionais de informação: a televisão, o rádio e os jornais, além da busca crescente de informações pela internet. Por essa razão, “as representações do mundo social veiculadas pela mídia afetam as preferências dos cidadãos e, dessa forma, podem influenciar os resultados eleitorais” (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 125). Isso se dá de forma complexa e diferenciada, de acordo com a posição e capacidade de difusão do veículo e de acordo com a posição social e o acesso a informações por parte dos indivíduos.

As representações simbólicas dos principais candidatos à presidência construídas nos textos informativos que trataram sobre o aborto nos jornais observados deram visibilidades distintas a Dilma Rousseff (PT) e a José Serra (PSDB). Na tabela 13 (abaixo), foram selecionados os principais candidatos e a quantidade de vezes em que estiveram presentes nos textos, seja porque houve manifestação direta ou porque foram citados. O objetivo desse recorte é observar a *quantidade de menções* e o *tipo de enquadramento em que foram referidos*. O universo dessa análise compreende 440 textos. Foram retirados desse recorte os candidatos Ivan Pinheiro (PCB), José Maria Eymael (PSDC), Levy Fidelix (PRTB), porque não tiveram nenhuma referência nos textos observados. Além destes, também foram excluídos 64 textos em que não houve referência a candidatos, seja por citação ou declaração direta. Chegou dessa forma ao universo de 440 textos, o que corresponde a 87% do total de 504 fichas. O total de 808 referências significa que em alguns casos houve mais de uma menção ou declaração de candidato num mesmo texto. A análise da tabela 13 pretende identificar a quantidade de vezes em que os dois principais candidatos à presidência foram mencionados, em que contexto (enquadramentos) e quais os padrões discursivos utilizados na vocalização que coube a cada um deles.

Estereótipos foram construídos pelo noticiário em torno da exploração da temática do aborto na disputa eleitoral, associados às estratégias do jogo político: a candidata Dilma Rousseff

esteve mais vinculada a enquadramentos que orientam uma percepção da política que “manipula e ajusta suas opiniões por oportunismo eleitoral”, que age orientada por “artimanhas e estratégias de campanha para conquistar votos”. Ao mesmo tempo, a imagem do candidato José Serra (PSDB) não esteve isenta de dubiedades e contradições neste assunto, expostas pelo noticiário. Mas os enquadramentos dos textos em que o candidato tucano esteve presente o associavam ao “bom político”, que “não tem duas caras”, como o próprio declarou. A tabela 13 diz respeito aos enquadramentos que estão presentes nas citações das *vozes dos candidatos*. As 808 menções fazem parte do conjunto de 440 textos informativos e de opinião em que foram encontradas menções aos candidatos José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT) dentro do universo dos 504 textos desta pesquisa. Excetuam-se dessa tabela os 64 textos em que não houve referência aos candidatos.

**Tabela 13. Menções aos candidatos X enquadramentos predominantes\***

<b>Menção ao candidato (direto ou citado) X Enquadramentos predominantes</b>	<b>Dilma Rousseff (PT)</b>	<b>José Serra (PSDB)</b>	<b>Marina Silva (PV)</b>	<b>Plínio de Arruda Sampaio (PSOL)</b>	<b>Total (menções ou citações)</b>
A defesa do aborto vai contra os princípios das igrejas	9% (36)	5% (12)	5% (6)	23% (3)	<b>9% (57)</b>
Contra o aborto, em defesa da vida	4% (18)	3% (7)	2% (3)	0% (0)	<b>6% (28)</b>
Ser contra o aborto é defender a família	0, 5% (2)	0, 4% (1)	1% (1)	0% (0)	<b>1% (4)</b>
Direito ao aborto é necessário para respeitar a autonomia plena	0, 5% (2)	0, 4% (1)	1% (1)	0% (0)	<b>1% (4)</b>
Descriminalizar o aborto é questão de saúde pública	5% (20)	5% (12)	4% (5)	23% (3)	<b>8% (40)</b>
Candidatos mudam de posição de forma oportunista	10% (44)	11% (30)	15% (18)	8% (1)	<b>10% (93)</b>
Aborto faz parte das estratégias dos candidatos na campanha eleitoral	58% (241)	61% (160)	52% (61)	38% (5)	<b>52% (467)</b>
A temática do aborto, quando tratada no debate eleitoral tem efeito conservador e moralista	12% (51)	15% (40)	19% (23)	8% (1)	<b>13% (115)</b>
<b>Total de menções/citações</b>	<b>51% (414)</b>	<b>32% (263)</b>	<b>15% (118)</b>	<b>2% (13)</b>	<b>100% (808)</b>

\* A tabela refere-se a 440 textos. Excetuam-se, assim, dessa tabela os 64 textos em que não houve menção a nenhum candidato no universo de 504 textos.

Fonte: a autora.

## **Dilma Rousseff**

A candidata Dilma Rousseff (PT) foi a personagem mais referida na temática envolvendo o aborto, com 51% das menções identificadas (414 referências), seguida de José Serra (PSDB), com 263 referências (32%), Marina Silva (PV), com 118 menções (15%), e Plínio de Arruda Sampaio (PSOL), com 13 registros (2%). Esses dados já demonstram o quanto a temática do aborto esteve vinculada à candidata petista.

Ao observar as linhas verticais da tabela 13 (presença dos candidatos), percebe-se que os enquadramentos associados à sua imagem foram predominantes na ênfase para o *tratamento do aborto dentro das estratégias eleitorais* (58%). Além desse, foi destaque a *mudança da posição sobre o aborto, tratado como oportunismo da candidata* (11% das menções). Os dois enquadramentos associados configuraram um contexto em que 69% das referências à candidata Dilma Rousseff (PT) estavam vinculadas a estratégias e modelagens de sua conduta associados aos objetivos eleitorais, imagem reforçada pela ideia do enquadramento oportunista, com objetivo claramente eleitoral (“Biografia de Dilma na TV agora cita ‘sólida formação religiosa’”, NEVES, 2010; “Agora programa do PT será contra o aborto”, LIMA, 2010). Um terceiro enquadramento, *a temática do aborto, quando tratada no debate eleitoral tem efeito conservador e moralista*, tem 12% das menções vinculadas à petista. As referências estão associadas a críticas, publicadas em textos de opinião, de autores que criticam o tratamento da temática do aborto nas eleições pelos candidatos. Nesse enquadramento, o tucano José Serra (PSDB) também é objeto de críticas.

Dilma Rousseff é a candidata mais mencionada nos textos em que os enquadramentos sobre o aborto se referem à perspectiva religiosa. Nos enquadramentos em que a *defesa do aborto vai contra os princípios das igrejas e, ser contra o aborto é defender a vida e a família*, a candidata totalizou 56 menções (13% das 414 citações a ela). Numa comparação com José Serra, ainda na linha vertical da tabela 13 (presença dos candidatos), é possível identificar a predominância desses dois enquadramentos com a imagem da petista. O candidato tucano é referido 20 vezes (8% do total de 263 menções a ele). Na comparação entre os candidatos, isso significa que Dilma Rousseff (PT) foi mencionada três vezes mais (36) do que José Serra (PSDB) (12) nos enquadramentos religiosos. Isso mostra o quanto o noticiário vinculou as condenações morais para o aborto à candidata petista.

## José Serra

O candidato José Serra (PSDB) é citado em várias matérias dentro do enquadramento em que *a temática do aborto faz parte das estratégias dos candidatos na campanha eleitoral*. No entanto, sua presença funciona como uma espécie de “antítese”, com voz que ora questiona a conduta da candidata Dilma Rousseff (PT) por “mudar de posição” ora reafirma a sua própria imagem (de Serra) com valores religiosos e contrários ao aborto. É dessa forma que a presença do candidato tucano se expressa em 263 menções, seja por declaração própria ou citação, no universo das 808 menções (tabela 13). Dilma teve 414 referências no mesmo período. Proporcionalmente, José Serra teve mais menções (61%) no enquadramento em que o aborto foi tratado como *parte das estratégias eleitorais* do candidato. Porém, na maior parte dos textos em que Serra é citado, sua posição no texto é de questionamento à candidata e ao PT, sobretudo por supostamente mudar de opinião sobre o aborto (“Serra diz que rival tem duas caras; ela o acusa de espalhar calúnias”, *Folha de S.Paulo*, 11/10/2010, chamada de capa; “Serra diz que governo levou o tema do aborto à campanha”, *Folha de S.Paulo*, 13/10/2010, p. A7; “Na estreia, Serra vai destacar ‘valorização da vida’ e citar FHC”; “Tucano cita aborto para criticar Dilma”, *O Estado de S. Paulo*, 08/10/2010, p. 11). Alguns textos são críticos aos dois candidatos, como já referido anteriormente. Eles se encontram nos espaços de opinião e constituem 28% das 808 menções.

Na comparação entre os dois candidatos e a intensidade da presença nos enquadramentos, percebe-se que José Serra (PSDB) tem proporcionalmente mais presença do que Dilma nos três principais enquadramentos (tabela 13). Mas, ao se analisarem os textos, a referência à petista foi construída de forma negativa: é ela que *vai contra os princípios das igrejas*, porque defendeu a descriminalização do aborto; é também a candidata que *muda de posição de forma oportunista* para conquistar votos e orienta o tratamento e sua agenda sobre o aborto *como parte de estratégias eleitorais*. Dilma esteve sempre na defensiva, como alguém que “deve” explicações sobre o “uso” do aborto como parte de acordos e arranjos políticos com parlamentares evangélicos e também por “manipular” a religiosidade e (assim como o PT) ajustar suas posições históricas para se adequar à agenda do aborto.

Especificamente no enquadramento sobre a *mudança de posição de forma oportunista*, a candidata é o centro dos questionamentos. No entanto, seu percentual torna-se menor (58%) do que o de Serra (61%). Isso significa dizer que o equilíbrio quantitativo das referências aos

candidatos não pressupõe uma simetria de tratamento. Ao contrário, a partir da análise dos enquadramentos predominantes, é possível verificar que o contexto em que a presença de cada um foi construída produziu diferenças de tratamento, com ênfases e seleção de registros distintos entre os dois candidatos que disputaram o segundo turno. Verifica-se que as falas do candidato tucano nesse enquadramento foram mobilizadas em sua maioria para reforçar as cobranças e questionamentos sobre as posições de Dilma Rousseff e do seu partido, o PT, sobre a temática do aborto.

### **5.1 O papel da mídia na manutenção da ordem e das vozes dominantes**

Pelos dados expressos na tabela 13, percebe-se que o predomínio das vozes políticas e religiosas nas falas sobre o aborto determinou enquadramentos que reforçaram perspectivas socialmente dominantes. A repetição de padrões discursivos em parte da grande imprensa, com o predomínio de determinadas fontes e enquadramentos, produziu um noticiário homogêneo, favorecendo um discurso “antiabortista” que serviu para “alvejar os candidatos de seu desagrado” (MIGUEL, 2012, p. 670).

A assimetria da cobertura jornalística nesse caso pode ser medida pelo limitado espaço ou a ausência de vozes dissonantes da posição religiosa. Os resultados confirmam o que já foi referido anteriormente: a mídia tende a reforçar valores que correspondem à visão de mundo de grupos dominantes e discursos hegemônicos. Neste estudo, identificamos que a temática do aborto teve dois eixos centrais em sua abordagem nas eleições de 2010. Por um lado, os textos jornalísticos reproduziram reportagens que tiveram como enquadramento predominante a ênfase nas estratégias eleitorais dos candidatos. Além disso, os critérios utilizados para definir as ocorrências e as fontes selecionadas para tratar do tema favoreceram a perspectiva religiosa, o que mobilizou um conjunto restrito de discursos que valorizaram valores conservadores como aspectos universais a serem utilizados como premissas relevantes e “aceitáveis” na controvérsia sobre o aborto e o conseqüente parâmetro para o julgamento das posições dos candidatos à Presidência.

Ao analisar os textos de opinião, percebe-se que houve uma dinâmica discursiva mais plural. Foi nesses espaços (artigos, colunas, entrevistas e editoriais) que a crítica ao uso do aborto como instrumento da disputa eleitoral foi explorada com mais intensidade, embora tenha havido



pouco espaço para argumentos que propunham avanços legais e formais no tratamento do direito ao aborto. Porém, quando a análise observa o recorte de gênero dos autores, o resultado é uma presença majoritária de homens na comparação com as mulheres. Excetuando-se os 13 editoriais que não são assinados, dos 143 textos de opinião, 97 deles (68%) foram assinados por homens. As mulheres emitiram opinião em 33 textos (23%) publicados em artigos, colunas ou entrevistas.

Quando se observa o recorte de gênero com os principais enquadramentos, novamente fica evidente que a controvérsia sobre o aborto esteve restrita às estratégias eleitorais, mesmo no espaço de opinião, o que confirma que a agenda do aborto no debate eleitoral esteve vinculada ao uso estratégico na disputa político-eleitoral. O enquadramento predominante na maioria dos textos assinados de opinião definiu o aborto como “*parte das estratégias dos candidatos na campanha eleitoral*”. Dos 33 textos com a opinião de mulheres, 16 deles (48%) trataram o aborto na perspectiva das estratégias eleitorais. Os homens trataram neste enquadramento 39 (40%) do total de 97 textos assinados por eles. O segundo enquadramento, seguindo o recorte de gênero, criticava “*o efeito conservador e moralista*” do uso do aborto nas eleições (36 textos ou 28% dos 130 textos com autor). Somente quatro textos (10%) assinados por mulheres criticaram o efeito conservador e moralista do uso do aborto nas eleições, enquanto que 32 homens (82%) emitiram sua opinião com esta ênfase. A crítica aos candidatos por “*mudar de opinião de forma oportunista*”, esteve presente em 15 textos de opinião assinados, sendo que 11 deles (61%) foram autores masculinos e quatro (22%) foram assinados por mulheres.

Além do predomínio da presença masculina, os enquadramentos revelam que as análises estavam voltadas para as estratégias eleitorais, desprezando uma discussão mais aprofundada sobre o aborto enquanto um problema social. A título de exemplo, a defesa do aborto como *um direito da mulher à autonomia sobre seu corpo* foi enfatizada somente em quatro textos com opinião (3%), três deles expressos por mulheres: numa entrevista (Soninha Francine), numa coluna (Danuza Leão) e num artigo (Gláucia Dunley). A defesa masculina do direito ao aborto foi feita pelo colunista Vladimir Safatle, na *Folha de S.Paulo*, como será detalhado a seguir. O enquadramento em que o contexto abordava o aborto pela ótica da saúde pública foi tratado em nove textos (7% de 130 textos de opinião assinados), cinco deles foram assinados por homens e quatro por mulheres.

Além da percepção de que o aborto foi usado como um instrumento para a disputa eleitoral a análise pelo recorte gênero - enquadramentos nos textos de opinião evidencia o

predomínio de autores masculinos nos meios de comunicação, uma característica que tende a reforçar hierarquias de gênero, na medida em que naturaliza posições desiguais entre homens e mulheres na vida pública.

Na análise que segue, serão considerados somente os 143 textos de opinião publicados nos três impressos. O escopo dessa observação, portanto, se refere a textos publicados em entrevistas (21), colunas (73), artigos (36) e editoriais (13). Os editoriais já foram objeto de análise no capítulo 3, quando foi feita a reflexão sobre a disputa pela direção da agenda eleitoral: os escândalos políticos (defendido pelos jornais em editoriais) ou a temática do aborto (difundida por grupos do campo religioso e político em outros canais de comunicação fora do campo jornalístico, durante o primeiro turno), que se impôs como agenda midiática no segundo turno eleitoral. Com a observação das opiniões expressas nos textos opinativos, o objetivo é observar o nível de pluralidade das vozes da sociedade civil nesses espaços.

### 5.1.1 A pluralidade restrita de autores

A análise dos dados na tabela 14 permitiu identificar dois aspectos que caracterizaram os textos de opinião e a abordagem da temática do aborto: a maior quantidade de textos (50%) foi publicada em colunas, seguidas pelos artigos (25%) e as entrevistas (15%). Em sua maioria, os textos de opinião, sobretudo as colunas, são de autores vinculados profissionalmente às redações que não são jornalistas, mas possuem vínculo editorial regular com a empresa.

**Tabela 14. Textos de opinião X jornal**

<b>Jornal (V) X Tipo de texto (H)</b>	<b>O Globo</b>	<b>Folha de S.Paulo</b>	<b>O Estado de S. Paulo</b>	<b>Total</b>
Entrevista	18% (5)	13% (11)	15% (5)	15% (21)
Coluna	39% (11)	60% (49)	39% (13)	51% (73)
Artigo	29% (8)	18% (15)	39% (13)	25% (36)
Editorial	14% (4)	8% (7)	6% (2)	9% (13)
<b>Total</b>	<b>100% (28)</b>	<b>100% (82)</b>	<b>100% (33)</b>	<b>100% (143)</b>

Fonte: a autora

## As colunas

Na *Folha de S.Paulo*, a maior parte dos 49 textos em colunas foi publicada por jornalistas da empresa, como Eliane Cantanhêde, Janio de Freitas, Josias de Sousa, Danuza Leão, Alec Duarte (editor adjunto de política), Vera Magalhães (editora de poder), Igor Gielow (secretário de redação da sucursal de Brasília), José Simão, Renata Lo Prete, Valdo Cruz e Fernando Barros e Silva. Algumas dessas colunas foram publicadas como “análise” complementar às reportagens que tratavam da campanha eleitoral, o que pode explicar parcialmente o fato de a maior parte dos enquadramentos das colunas seguir o mesmo padrão das reportagens, enfatizando a temática do aborto como *parte de das estratégias dos candidatos na campanha eleitoral*. O outro conjunto de colunistas não inclui profissionais não vinculados à empresa, mas colaboradores que publicam regularmente no jornal, como Marcos Nobre, Vladimir Safatle, Luiz Fernando Vianna, Pasquale Cipro Neto, Ricardo Melo e Cesar Maia.

Mesmo que todos os profissionais tenham total liberdade para publicar o que lhes pareça mais adequado sobre o tema, a concentração num grupo restrito de autores organiza o debate em torno de um conjunto limitado de perspectivas. Pela tabela 14 é possível perceber que houve uma quantidade maior de abordagens sobre o aborto nas colunas da *Folha de S.Paulo* na comparação com os outros dois jornais observados, porém, isso não implicou uma diversidade de representação social de posições e perspectivas sobre o aborto nos textos de opinião. Isso demonstra que esses espaços de opinião são parte do poder de arbítrio da empresa de comunicação, que seleciona os discursos veiculados em seus espaços por meio de mecanismos internos que definem *quem* emitirá opinião por meio das páginas do jornal.

A tabela 14 indica que os jornais *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* foram ainda mais restritivos na quantidade e diversidade de colunistas. *O Globo* publicou 11 colunas, sendo que seus autores foram em praticamente sua totalidade jornalistas da empresa, o que reforçou uma perspectiva homogênea na abordagem sobre a temática: Merval Pereira, tradicional analista de política do jornal com uma coluna diária, e Miriam Leitão, igualmente colunista diária de economia. Além destes, os colunistas fixos não vinculados ao cotidiano da redação: Zuenir Ventura, Elio Gaspari (que também publica textos na *Folha de S.Paulo* e em vários outros jornais do País) e Luiz Garcia. Já em *O Estado de S. Paulo*, as 13 colunas foram divididas entre a colunista de política Dora Kramer e seus colegas de redação: José Roberto de Toledo (jornalista

especializado na análise de pesquisas eleitorais do jornal), Marcelo de Moraes e José Maria Mayrink (repórteres especiais de política) e Cristina Padiglione (editora do suplemento de TV do *Estadão*), reforçando da mesma forma uma homogeneidade na abordagem e tratamento da temática do aborto.

A baixa pluralidade de posições sociais representada pelos autores presentes nas colunas dos três jornais e os vínculos desses profissionais com as empresas (seja como colaborador eventual ou jornalista contratado) sugere algum tipo de controle da empresa sobre as opiniões expressas em seus veículos. Não se trata aqui de considerar interferência da empresa no conteúdo das posições publicadas pelos colunistas, mas dos limites estabelecidos sobre quem fala, uma vez que o perfil dos autores é de profissionais majoritariamente vinculados profissionalmente à empresa e de presença constante nas páginas dos jornais.

### **Os artigos**

Os artigos se revelaram um pouco mais diversificados com a publicação de autores de fora da redação. *O Globo* foi o impresso que mais permitiu a presença de perspectivas diferenciadas e alheias ao cotidiano da redação: professores, filósofos, sociólogos, psicanalistas e pesquisadores de universidades federais em favor de um debate mais racional e crítico à abordagem político-eleitoral do tema. Também ocuparam espaço artistas, músicos e cartunistas. Na *Folha de S.Paulo*, o acesso às páginas de opinião foi de advogados, juristas, filósofos, religiosos (sem vínculo institucional com a igreja, como Frei Betto), atrizes e músicos (como Fernanda Torres e Antonio Cicero). Já *o Estado de S. Paulo* foi o mais conservador nas perspectivas que ocuparam os espaços de opinião. Foram professores, cientistas políticos, pesquisadores, filósofos já conhecidos pelos leitores do jornal com vínculo com instituições de ensino ou organizações políticas (Instituto FHC) ou à Igreja Católica (cardeal d. Odilo Scherer). Assim como na *Folha*, também ocuparam esse espaço jornalistas com presença esporádica no jornal. O perfil daqueles que ocuparam os espaços de opinião dos jornais revelou que há uma restrição de perspectivas sociais com acesso e presença nesses espaços.

Os 15 artigos encontrados na *Folha de S.Paulo* trouxeram nomes com reconhecimento público, cuja credibilidade nas suas áreas de atuação conferia a essas vozes uma “certificação” que as tornou “legítimas” para ocupar um espaço nobre nas páginas dos jornais. Na *Folha*, enquadram-se nesses exemplos: o religioso Frei Betto (ainda que sua visão seja bastante diversa

da dos grupos religiosos que dominaram o noticiário, não ultrapassou os limites dos princípios doutrinários das igrejas); o advogado Antonio Carlos de Almeida Castro (conhecido advogado brasileiro), já referido anteriormente por publicar um artigo revelando “seus” três abortos; o descendente da realeza luso-brasileira Bertrand de Orleans e Bragança, que criticou ausência de outros temas no debate eleitoral; o jurista Ives Gandra Martins, que discutiu as formalidades jurídicas da lei brasileira sobre o aborto; o pesquisador americano Benjamin Moser, crítico do moralismo religioso no debate eleitoral brasileiro. *O Estado de S. Paulo* publicou 13 artigos. O perfil mais conservador de seus articulistas esteve concentrado nas críticas ao debate eleitoral e nas estratégias utilizadas pelos candidatos para tratar do tema na campanha eleitoral, sobretudo a candidata Dilma e o PT, por sua mudança de posição. No jornal paulistano, d. Odilo Scherer, Carlos Alberto Di Franco, Sergio Fausto (Instituto FHC), Carlos Melo, Marco Aurélio Nogueira, Aldo Fornazieri, Denis Rosenfield e Washington Novaes foram alguns dos articulistas que ocuparam o espaço para criticar a abordagem conservadora sobre o aborto no debate eleitoral. Não foi encontrado *nenhum* artigo de autoria feminina no *Estadão*.

Apesar de poucos, somente oito artigos ao longo do período observado, o jornal *O Globo* variou em termos de autoria. Foi o único jornal em que duas mulheres expressaram posições importantes sobre os efeitos conservadores do debate sobre o aborto, tratados pela psicanalista Glaucia Dunley e por Maria das Dores Machado, professora da UFRJ. O filósofo Denis Rosenfield chamou a atenção para os efeitos das doutrinas religiosas em questões formais que deveriam ser tratadas por um Estado laico, e Caetano Veloso criticou os dois candidatos por abraçarem as teses religiosas conservadoras, “mesmo sabendo que nem os religiosos acreditam neles, contrastando com a necessidade atual de discutir o aborto e o casamento gay” (VELOSO, 2010, p. 2).

### **As entrevistas**

As 21 entrevistas tiveram como foco, em sua quase totalidade, pessoas vinculadas ao campo político e religioso, reforçando os enquadramentos da temática sobre o aborto na perspectiva da disputa eleitoral e religiosa. *No Globo*, os cinco entrevistados estavam vinculados ao campo político e expressaram opiniões sobre o aborto em acordo com posições políticas defendidas por seus candidatos ou por seus partidos no debate eleitoral: Hélio Bicudo e Leonardo Boff (em apoio à candidata Marina Silva), José Eduardo Dutra (presidente do PT), Plínio de

Arruda Sampaio (candidato do PSOL), Marina Silva (candidata pelo PV) e Guilherme Leal (candidato a vice pelo PV).

*O Estado de S. Paulo* seguiu a mesma seleção e deu voz para os expoentes do debate eleitoral tanto no campo religioso como no político, como: o bispo de Guarulhos, d. Luiz Gonzaga Bergonzini; o ex-deputado federal pelo PT Luiz Bassuma, que teve seus direitos partidários cassados por um ano por ter sido contra a orientação do PT em favor da descriminalização do aborto nos anos 90; Ciro Gomes, deputado federal que condenou o uso do aborto e suas consequências conservadoras no debate eleitoral; a candidata Marina Silva (PV); e Carlos Guilherme Mota, presidente do comitê científico do Instituto Mackenzie, que considerou o debate sobre o aborto revelador de “um sintoma político conservador, uma crise de valores e uma ineficiência dos atuais partidos, PT e PSDB, de enfrentar a questão” (MOTA, 2010, p. 13).

A *Folha de S. Paulo* publicou 11 entrevistas e seguiu um caminho parecido com os outros jornais. Suas entrevistas foram feitas com pessoas que representavam segmentos do campo religioso (Frei Betto, d. Luiz Gonzaga Bergonzini) ou do político (Gilberto Carvalho, chefe de gabinete do presidente Lula, governador Tarso Genro, Francisco Oliveira, ex- PT e integrante do PSOL) sobre como tratavam o tema do aborto no processo eleitoral. Dessa forma, Bergonzini teve espaço para questionar a candidata Dilma Rousseff e o PT por suas posições em relação ao aborto, para além das reportagens que já haviam transformado o religioso na principal referência religiosa contrária à candidatura do PT. O jornal também ouviu Gabriel Chalita sobre sua tarefa de ampliar os apoios à candidata petista no segmento religioso. Ciro Gomes (PSB) e José Eduardo Dutra (presidente do PT) também tiveram espaço para criticar o uso do aborto no debate eleitoral (o primeiro) e para fazer um *mea culpa* pelo fato de o segundo turno ter causado frustração na militância, provocada pelos escândalos, como o da ex-ministra Erenice Guerra, e a temática do aborto (o segundo).

Três entrevistas publicadas pela *Folha* destoaram do padrão: Soninha Francine (ex-vereadora pelo PPS e coordenadora de campanha de José Serra, defensora da descriminalização do aborto, assumindo discordar das posições de seu candidato), a apresentadora Hebe Camargo e a ex-senadora Eva Blay (que assumiu a vaga de Fernando Henrique no Senado, em 1993). As três mulheres relataram experiências diferentes que viveram, vítimas de preconceito e ameaças por

defenderem a descriminalização do aborto ou por terem assumido em algum momento de suas vidas terem feito o aborto.

O conjunto das entrevistas, artigos e colunas publicados pelos três jornais revela que o campo jornalístico, aqui observado por meio dos três principais jornais nacionais, definiu limites muito claros para tratar da temática do aborto. Como veremos a seguir, os enquadramentos das opiniões expressas nesses espaços, em geral, não ultrapassaram os limites também presentes nas reportagens com críticas ao uso do tema na disputa eleitoral orientado por valores religiosos. Tal constatação reforça a discussão dos limites de representação social presentes no campo da mídia tradicional. Os padrões de discurso encontrados nessa parte da pesquisa são homogêneos e semelhantes aos argumentos discursivos encontrados em outros espaços editoriais, com raras exceções. Não houve confronto (ou conflito) de posições francamente opostas ao viés dominante que pudesse questionar a hegemônica presença da ênfase religiosa associada às estratégias eleitorais dos candidatos.

Os resultados deste estudo demonstram que os filtros de seleção existentes no interior do campo da mídia responsável por definir *o que* será selecionado enquanto fato noticioso e *como* será construída a “ideia organizadora” das abordagens sobre o tema também são responsáveis por definir *quem* tem acesso à arena discursiva e, assim, determinam o grau de pluralidade e visibilidade de grupos sociais. Há uma “ordem social” que é representada e sustentada pelos meios de comunicação tradicionais que delimita os espaços de manifestação do contraditório a uma estrutura social e de poder vigente, reforçando a presença na arena discursiva daqueles segmentos já dominantes do espaço público, como pode ser observado nos espaços de opinião nos jornais.

Ao aprofundar a análise específica dos textos de opinião tendo como objeto de análise a perspectiva dos enquadramentos predominantes nesses textos (tabela 15), percebe-se que a maioria concentrou sua crítica no *uso da temática do aborto como parte das estratégias eleitorais dos candidatos* (41% dos 143 textos) e pelo *efeito conservador e moralista que a exploração dessa temática nas eleições produziu* (26% dos 143 textos), seguido das críticas às *mudanças de posição de forma oportunista* (13%). A composição desses enquadramentos produziu um questionamento à exploração do assunto nas agendas, encontros e manifestações dos candidatos à presidência, principalmente pelos efeitos retrógrados para a sociedade. Nesses textos, a crítica ao ingresso da temática no debate eleitoral recaí sobre o campo político

exclusivamente, responsabilizado por “ceder” às pressões do campo religioso na definição dessa discussão.

**Tabela 15. Textos de opinião X enquadramentos predominantes\***

<b>Tipo de texto X enquadramento predominante</b>	<b>Entrevista</b>	<b>Coluna</b>	<b>Artigo</b>	<b>Editorial</b>	<b>Total</b>
A defesa do aborto vai contra os princípios da igreja	9% (2)	1% (1)	3% (1)	0% (0)	<b>3% (4)</b>
Contra o aborto, em defesa da vida	9% (2)	3% (2)	11% (4)	0% (0)	<b>6% (8)</b>
Ser contra o aborto é defender a família	0% (0)	0% (0)	3% (1)	0% (0)	<b>1% (1)</b>
Direito ao aborto é necessário para respeitar a autonomia plena	5% (1)	3% (2)	3% (1)	0% (0)	<b>3% (4)</b>
Descriminalizar o aborto é questão de saúde pública	19% (4)	3% (2)	8% (3)	23% (3)	<b>8% (12)</b>
Candidatos mudam de posição de forma oportunista	9% (2)	11% (8)	14% (5)	23% (3)	<b>13% (18)</b>
Aborto faz parte das estratégias dos candidatos na campanha eleitoral	14% (3)	59% (43)	25% (9)	31% (4)	<b>41% (59)</b>
A temática do aborto, quando tratada no debate eleitoral tem efeito conservador e moralista	33% (7)	20% (15)	33% (12)	23% (3)	<b>26% (37)</b>
<b>Total</b>	<b>100% (21)</b>	<b>100% (73)</b>	<b>100% (36)</b>	<b>100% (13)</b>	<b>100% (143)</b>

\* Total de 143 textos de opinião.

Fonte: a autora.

Quando observamos o enquadramento predominante nas opiniões publicadas nas colunas (tabela 15), especificamente, os dados mostram que há uma concentração de críticas ao viés conservador e moralista do debate sobre o aborto na campanha eleitoral, sendo creditada a responsabilidade por esse viés aos candidatos e suas respectivas coordenações de campanha. Há uma variação complementar em relação aos enquadramentos das reportagens. Os textos noticiosos construíram uma interpretação voltada à ênfase de que as ações dos candidatos (em direção à agenda religiosa) estavam associadas às estratégias eleitorais para convencer o eleitorado religioso de suas posições em acordo com os preceitos das igrejas em relação ao



aborto. Os colunistas “interpretam” essas ações classificando a construção dessa narrativa como “oportunista”, com o objetivo de se adequar aos questionamentos das igrejas. Dessa forma, há uma complementaridade na narrativa jornalística: das 73 colunas, 43 delas (59%) estavam vinculadas ao enquadramento em que a temática do aborto *faz parte das estratégias dos candidatos na campanha eleitoral*. Os dois principais candidatos são desaprovados por utilizarem a temática do aborto como parte da disputa eleitoral. A maior parte dos autores critica a postura oportunista de José Serra e Dilma Rousseff, que renegam suas trajetórias progressistas para conquistar votos conservadores (ver MELO, 2010, p. A2). Elio Gaspari, por exemplo, criticou “o processo eleitoral” que explorou o aborto de forma conservadora. Nesse caso, condenou a conduta dos tucanos, que “emburrece o debate, emburrece a campanha e ofende a biográfica do candidato [José Serra]”(GASPARI, 2010, p. 7). Essas posições foram evidenciadas no enquadramento dos textos à *mudança de posição de forma oportunista* (11% das colunas). Mesmo assim, a candidata Dilma Rousseff (PT) é a personagem mais citada nesse enquadramento (16 menções contra 11 de José Serra e cinco de Marina Silva), reforçando o que já se expressou nas reportagens.

O segundo enquadramento mais relevante criticou o *efeito conservador e moralista que o tratamento do aborto recebeu no debate eleitoral*. Foram 20% (15 textos) das 73 colunas. A análise dos articulistas em sua maioria questionou os motivos para o debate eleitoral ter se concentrado na temática do aborto, sendo que tantos “outros assuntos do século XXI” deveriam estar na pauta. O colunista da *Folha de S.Paulo* Jânio de Freitas expressou essa distinção ao questionar:

O caminho para a conquista do eleitor não são os projetos, não são as ideias, não são os circunstantes técnicos e políticos, não é o diagnóstico do presente e a visão de futuro. É a benção. [...] A eleição dita republicana leva o Brasil ao portal do mundo dos fundamentalismos [...]. Na essência, o fundamentalismo que aqui se torna eleitoral tem a ver com o papel subalterno que as religiões médio-orientais atribuem à mulher. [...]. Em uma República presente no século 21, a eleição de seu presidente reduz-se ao aborto, se crime ou não (FREITAS, 2010b, p. A10).

Das 15 colunas publicadas nesse enquadramento, 13 textos foram na *Folha de S.Paulo* e duas em *O Globo*, sendo que nenhuma coluna tratou o assunto por essa perspectiva no *Estado de S. Paulo*. Isso revela a atuação da *Folha* na crítica ao uso do tema nas eleições, pois foi o jornal

que mais publicou vozes críticas à polêmica, dando mais ênfase a esse enquadramento em seus espaços de opinião que os outros dois impressos. As colunas responsabilizam os candidatos por terem “adotado *con gusto*” o fundamentalismo religioso imposto pelas igrejas no tratamento do aborto como tema central do debate no segundo turno, o que torna a discussão um retrocesso (RODRIGUES, 2010, p. A2). No mesmo contexto, o colunista Zuenir Ventura reclama que “não foi pra isso que se quis um segundo turno”, isto é, “não foi para discutir o aborto, ou melhor, para substituir a discussão por uma troca de acusações pautada pela hipocrisia” (VENTURA, 2010, p. 7). Nesse enquadramento, se evidencia uma crítica dos “formadores de opinião” aos candidatos e suas coordenações de campanha que “abraçaram” a temática do aborto e a promoveram ao primeiro plano das discussões no segundo turno. No entanto, não há uma autocrítica do papel dos meios de comunicação na reverberação dessa discussão acolhendo e legitimando o tema como parte do debate político. Além disso, mesmo com todo o posicionamento crítico das vozes autorais nos jornais impressos, o lugar de fala das fontes “populares” ou não oficiais, como ativistas de movimentos sociais, por exemplo, não teve espaço nas colunas dos jornais.

## **5.2 Quando “terminou” o agendamento do aborto na cobertura eleitoral: elementos do uso estratégico do tema**

O estudo do agendamento do aborto nas eleições presidenciais de 2010 permitiu refletir sobre os mecanismos de agendamento e as disputas simbólicas travadas entre os atores de campos sociais distintos que competiram pela definição e modelagem do debate político no período observado por esta pesquisa. Foi possível compreender que a intensidade e a frequência, associadas à saliência e à ênfase de determinados enquadramentos, permitiram o destaque para alguns atributos em detrimento de outros na abordagem do aborto, que podem ter contribuído não somente para orientar o eleitor mas também na construção da atmosfera eleitoral, incentivando inclusive que as campanhas políticas migrassem para posições mais à direita, favorecendo pressões que permitiram extrair acordos mais conservadores dos candidatos à Presidência.

Sustentamos, pela observação do noticiário dos três jornais presentes nesta pesquisa, que houve uma disputa entre os agentes do campo religioso, político e jornalístico pela definição do aborto na cobertura noticiosa das eleições de 2010. Essa disputa esteve entre os escândalos políticos (defendido pelos jornais, principalmente a *Folha*) ou a temática do aborto. Pelos textos

noticiosos e de opinião analisados, percebe-se que a agenda do aborto estava sendo tratada com intensidade em *sites*, redes sociais na internet e veículos de comunicação específicos de setores do campo religioso e de segmentos do campo político, principalmente apoiadores do candidato José Serra (PSDB). No final do primeiro turno, os jornais observados noticiam que o aborto poderia ser um dos motivos para a queda na intenção de votos da candidata Dilma Rousseff (PT), refletida em pesquisas eleitorais, e a partir do segundo turno “descobrem” o tema, reorientando sua agenda para a cobertura das estratégias dos candidatos na abordagem desse assunto.

Um detalhe, no entanto, chama a atenção. Como já foi referido no capítulo 3, a frequência da presença da temática do aborto no noticiário impresso tornou-se intensa a partir do dia 30 de setembro, com uma média inicial de 10 textos/dia, até atingir o auge, entre 6 e 14 de outubro, com mais de 22 textos/dia mencionando o aborto nos três jornais. Os picos foram nos dias 7 (com 31 textos), 9 (com 30 textos) e 10 de outubro (com 33 textos/dia tratando ou citando o aborto). A abordagem seguiu intensa até os dias 20 e 21 de outubro, quando o assunto começou a diminuir de intensidade, tendo uma média de cinco a seis textos/dia, chegando às vésperas da eleição, no dia 28 de outubro, por exemplo, com somente três textos encontrados nos três jornais. O que aconteceu para o assunto perder força?

No dia 16 de outubro, houve uma entrevista publicada pela *Folha de S.Paulo* com uma ex-aluna de Monica Serra afirmando que a então professora havia confidenciado às alunas ter feito um aborto. Esse assunto foi um dos poucos episódios em que o candidato José Serra esteve na defensiva para tratar do aborto. O enquadramento da reportagem expôs as contradições do discurso do candidato tucano: “O discurso do candidato José Serra (PSDB), de que é contra o aborto, ‘por valores cristãos’, que impedem a interrupção da gravidez em quaisquer circunstâncias é questionado por ex-alunas de sua mulher, Monica Serra” (BERGAMO, 2010, p. A10). O texto tem como fonte uma ex-aluna de Monica Serra do curso de dança da Universidade de Campinas (Unicamp), que postou em sua página no Facebook um registro indignado pela postura “escorregadia” de José Serra. A aluna, Sheila Canevacci Ribeiro, 37, reclamou nessa postagem que Serra desrespeitava “tantas mulheres, começando pela sua própria mulher. Sim, Monica Serra já fez um aborto”, registrou a matéria.

A reportagem lembra também outro episódio em que Monica Serra esteve envolvida, uma reportagem publicada pela agência *Estado*, em que Monica acusou Dilma Rousseff (PT) de ser a

favor de “matar criancinhas”<sup>41</sup>. O texto da *Folha* procura justificar a legitimidade da informação ao revelar que a fonte é alguém “com vínculos no universo tucano”, registrando que a mãe de Sheila integrou o Núcleo de Estudos da Mulher e Relações de Gênero da USP, fundado pela ex-primeira-dama Ruth Cardoso. Na mesma reportagem, a *Folha* informa que tentou vários contatos com a assessoria de Monica Serra, que não respondeu, isentando-se, assim, da ausência do contraponto.

No dia seguinte à revelação, em 17 de outubro, dos 13 textos com menções ao aborto nos três jornais, somente a *Folha de S.Paulo* tratou do assunto, dando continuidade ao tema que o próprio jornal levantou. O texto registra o posicionamento do candidato José Serra (PSDB), que se manifestou através de nota encaminhada pela assessoria de imprensa da campanha afirmando que “Monica Serra nunca fez um aborto”. A presença da assessoria de comunicação do candidato demonstra uma ação estratégica da coordenação da campanha de forma a “esfriar” o assunto com a retirada da “voz” do candidato.

Curiosamente, o tema não toma corpo no noticiário dos veículos observados, como todos os assuntos que envolviam o aborto nesse período. Seguiu-se apenas uma coluna do jornalista Fernando Barros Pinto justificando o acerto do jornal em revelar algo da privacidade do casal Serra, “diante da importância pública” que o assunto tomou nas eleições (BARROS E SILVA, 2010b, p. A2). Chama a atenção um registro publicado pela *Folha de S.Paulo* quatro dias depois da revelação do aborto do casal Serra com uma avaliação da campanha tucana de que a temática do aborto “perdeu fôlego” e que, por isso, estuda mudanças nas estratégias da campanha:

O comando da campanha de José Serra avalia que houve uma perda de fôlego nos últimos dias e estuda como manter a candidatura em ascensão. Um reflexo disso foi o abandono do tema do aborto e de questões religiosas pelo tucano que, ainda no fim do primeiro turno, identificou o assunto como calcanhar de Aquiles da campanha de Dilma Rousseff (PT) e como fator que contribuiu para sua chegada ao segundo turno. O tema, contudo, já começa a ser visto com potencial negativo pelo PSDB, especialmente depois que a mulher de Serra, Monica, acabou incluída involuntariamente no noticiário, após o relato, feito por uma ex-

---

<sup>41</sup> Este registro foi feito em 14 de setembro de 2010, numa notícia publicada pela agência on-line do *Estado de S. Paulo*, mas não foi publicado na edição impressa dos jornais. Na época, a imprensa noticiava com vigor as denúncias de tráfico de influência dos filhos da então ministra da Casa Civil, Erenice Guerra, sucessora de Dilma na função (por exemplo: “Lula assume operação para blindar Serra e poupar Erenice”, *O Estado de S. Paulo*, 15/09/10, p. 4). O assunto só foi abordado nos jornais impressos no dia 12 de outubro, nas reportagens que repercutiram o debate na TV Bandeirantes, a estratégia da candidata Dilma de “colar em José Serra a imagem de responsável pela campanha de baixaria do submundo da política” e a reclamação de Serra, que “reagiu politicamente aos ataques feitos pela adversária Dilma Rousseff à sua família” (AMORA; SEABRA, 2010, p. A6).

aluna sua [...]. No último debate na Rede TV! o tema foi escanteado pelos dois lados e deixou de aparecer no programa de TV (CAMPANHA, 2010, p. A10).

A reportagem sobre a perda de fôlego da temática do aborto na campanha eleitoral indica duas importantes evidências: a) a possibilidade de explorar politicamente a temática do aborto “foi detectada” pela equipe do tucano no final do primeiro turno, o que sugere que houve, de fato, uma estratégia de setores do campo político, especialmente ligados à campanha de José Serra (PSDB), de explorar a temática do aborto, que já vinha sendo utilizada por setores das igrejas em seus sistemas próprios de comunicação para combater a candidatura de Dilma Rousseff (PT); b) o registro também indica que o assunto começou a ser visto com “um potencial negativo” para Serra, o que coincide com a revelação da ex-aluna noticiada pela *Folha*. Surpreendentemente, é nesse mesmo momento, a partir do dia 20 de outubro, que a quantidade de textos com referências ao aborto começa a diminuir drasticamente nos três jornais observados.

Nos dias 20 e 21 de outubro, foram encontrados 10 textos em cada dia nos três jornais. Em 22 de outubro foram seis textos, oscilando para oito textos em 23 e 24 de outubro e voltando a seis textos em no dia 25. Entre 26 e 29 de outubro, foram publicados somente três textos/dia nos três jornais analisados, o que confirma que o noticiário deixou de produzir notícia em torno de episódios envolvendo o aborto no noticiário político eleitoral. Houve uma alteração pontual nos dias 29 e 30 de outubro, quando os jornais destacam a manifestação do papa Bento XVI contra o aborto, provocado pelos bispos brasileiros, conforme já foi visto anteriormente – o que também foi mais uma demonstração da capacidade de articulação dos agentes do campo religioso de forma a produzir agendas que interferiram na agenda pública e, assim, puderam disputar a produção de sentidos e a definição das preferências dos eleitores religiosos.

Essa “perda de fôlego” na abordagem do aborto no noticiário é mais uma evidência da competição entre os agentes de campos distintos e da intencionalidade que permeou a construção desse assunto como temática do debate eleitoral de 2010. Assim como houve um reposicionamento do campo jornalístico ao definir o aborto como central para a cobertura noticiosa do segundo turno, da mesma forma o enfraquecimento do tema no noticiário foi uma escolha de pelo menos um ator importante, segundo o texto jornalístico que retratou o diagnóstico da campanha de José Serra (PSDB). No entanto, o campo jornalístico, não foi somente uma “caixa de ressonância” dessas estratégias, mas atuou com seus mecanismos internos de seleção, construção e definição do que deveria ser notícia ou não naquele momento e, com isso, reforçou

ou enfraqueceu posições envolvidas nas disputas tanto eleitorais quanto relativas ao direito ao aborto.

## Conclusão

O desenvolvimento desta pesquisa e a discussão proposta pela análise de seus resultados procuram aprofundar as reflexões teóricas em torno da centralidade dos meios de comunicação, seu impacto na construção do aborto como agenda central no segundo turno das eleições de 2010 e, a partir desse estudo, compreender como se produziram os contornos e as controvérsias dessa polêmica na mídia impressa. As conclusões dessa investigação reforçam a importância de se observar como ocorre a construção da agenda noticiosa, entendendo esse processo como o resultado da competição, das interações, das tensões e dos ajustes promovidos entre o campo jornalístico e os agentes com acesso à mídia.

Como estudo de caso para analisar as teorias de *agenda-setting* e enquadramentos da notícia, foram selecionados 504 textos (noticiosos ou de opinião) em que a palavra “aborto” foi mencionada durante o período de 11 de julho a 31 de outubro de 2010. A data inicial de observação corresponde ao dia do último jogo da Copa do Mundo, e a final ao dia da votação em segundo turno das eleições para presidente da República. Ao procurar os caminhos para responder à questão sobre “quem agenda a mídia”, encontramos algumas respostas que reforçam compreensões sobre a profunda interação do campo político com o jornalismo.

Atualmente, o principal caminho encontrado pela elite política para se apresentar aos cidadãos são os meios de comunicação de massa. Isso transformou as formas e os discursos produzidos na esfera política. Não se trata de um padrão único, uma vez que também houve mudanças importantes no modo de organização da mídia, mas essas relações entre a política e a mídia se reorganizam sem perder sua relevância. Sendo a mídia a arena central para o jogo político, é nesse universo que a agenda pública se realiza. O impacto da mídia nas sociedades modernas está na capacidade de propagação e difusão, de “tornar visíveis” assuntos, temas ou pessoas para um grande número de cidadãos. Mas a produção dessa agenda não é neutra, como demonstramos nesta pesquisa. A narrativa da mídia é construída de forma seletiva, produzida e organizada segundo as regras e o *habitus* do campo jornalístico, por profissionais com competência e legitimidade socialmente reconhecida a partir de valores da prática profissional do jornalismo. Associados a esses mecanismos inerentes à produção jornalística estão os interesses dos conglomerados de comunicação ou compreensões de mundo que orientam o veículo ou sua redação. O campo jornalístico, nesse sentido, tem posição (mesmo que não exatamente no âmbito

partidário), disputa sentido para as construções simbólicas e procura interferir na alocação de valores na sociedade. Embora seja uma esfera autônoma, com interesses, hierarquias e procedimentos próprios, jornalistas e instituições interagem e competem com atores e fontes com os quais se relacionam. Em consequência disso, essa interação é de mão dupla: a mídia tanto pode influenciar as autoridades políticas e dirigentes, como também pode ser tensionada e mobilizada a produzir uma resultante que beneficie certos posicionamentos sociais orientados por agentes com capital político, econômico e simbólico para exercer essa influência.

A reflexão sobre jornalismo e política produzida neste estudo partiu das considerações teóricas sobre a formação da agenda propostas por McCombs (2009) e McCombs e Shaw (1972), ampliando a análise para a competição que se evidenciou nas eleições de 2010 pela definição da agenda pública. Tendo clareza de que os resultados dessa observação não são definitivos, tampouco estão alheios às tensões e disputas entre grupos com interesses distintos existentes no interior da sociedade civil, percebemos que os contornos da polêmica que ganhou visibilidade na arena da mídia com a temática do aborto permitiram estabelecer conexões entre esses resultados e os estudos acadêmicos que demonstram ser o espaço da mídia um ambiente restritivo e de naturalização de posições e perspectivas já dominantes na sociedade.

No caso específico da cobertura sobre o aborto pelo noticiário, a polêmica nas eleições de 2010 reforçou representações de gênero que submeteram a discussão sobre a temática da mulher, como o direito sobre seu corpo, a posições conservadoras, ao moralismo religioso e à submissão a valores masculinos, reproduzindo discursos que naturalizam hierarquias e desigualdades de gênero. Ainda que jornalistas e mesmo os veículos em suas posições editoriais não fossem necessariamente avessos a uma agenda que promova os direitos reprodutivos das mulheres, inclusive o direito ao aborto, nesse momento, outras questões ganharam prioridade. A agenda relacionada aos direitos das mulheres foi, rapidamente, “sacrificada” em nome de outra agenda. Tais aspectos são contribuições que consideramos relevantes para o debate sobre os necessários avanços para um efetivo pluralismo na mídia que reforce a prática democrática como um valor que reconheça direitos iguais para todos, homens e mulheres. Porém, o estudo demonstrou que há uma diversidade de grupos de interesse com acesso desigual e hierarquizado aos meios de comunicação. Em consequência, a sociedade tem limitações para acessar um conjunto de informações diversificadas, que representem a pluralidade de interesses em disputa e que ofereçam as condições necessárias para a prática democrática e a livre escolha na política. No



entanto, o uso da internet e suas ferramentas de comunicação vêm produzindo pressões e tensões sobre os grupos tradicionais de comunicação de massa, e a delimitação da controvérsia é, ao menos, significativamente tensionada. É importante registrar que a internet não aparece apenas como uma ferramenta dos movimentos sociais ou de atores “à esquerda” da mídia convencional, mas é também utilizada pelos partidos, igrejas, etc..

Não temos a pretensão de oferecer todas as respostas. Por isso, algumas evidências que se tornaram presentes durante a análise desta pesquisa podem se tornar objeto de novos estudos mais aprofundados, sobretudo no que diz respeito ao crescente uso da internet e de suas ferramentas para a disputa política e a influência do campo religioso no debate e nas definições das políticas públicas, principalmente em temas que envolvem orientações doutrinárias das igrejas, como é o caso do aborto.

A seguir, apresentamos uma síntese das principais conclusões resultantes da reflexão teórica e empírica deste trabalho.

### **Mídia não é neutra e compete na construção da agenda**

A noção do campo jornalístico como uma esfera imparcial e um espaço “neutro” de produção noticiosa, que garante e promove o debate equilibrado, distante e isento entre as diferentes perspectivas e interesses sociais, não responde mais aos dilemas atuais. A partir da análise empírica deste trabalho, foi possível perceber a existência de tensões, pressões e interesses distintos que definiram os limites para as controvérsias reproduzidas na arena jornalística. Esses limites definiram restrições à abordagem sobre o aborto que desequilibraram, hierarquizaram e apresentaram de forma desigual (até mesmo com ausências) vozes e representações de grupos sociais no noticiário político.

Os mecanismos de seleção da notícia, a escolha das fontes e os enquadramentos enfatizados pela mídia no relato noticioso são aspectos relevantes das teorias de comunicação que permitiram identificar como o campo jornalístico, em especial os veículos observados neste trabalho, contribuíram para construir consensos sobre alguns temas que tiveram relevância e mereceram ocupar a atenção do público. Além desse aspecto, a análise dos enquadramentos da notícia e das vozes predominantes nos textos demonstrou como o aborto deveria ser interpretado pelos cidadãos. Portanto, a construção desse noticiário não foi desinteressada e envolveu, muitas

vezes, uma competição entre agentes do jornalismo e de campos sociais externos à mídia pela definição da agenda pública.

Os principais grupos de comunicação que compõem o núcleo central do campo jornalístico brasileiro – analisados aqui pelos seus principais veículos impressos, *O Globo* (Organizações Globo), *Folha de S. Paulo* (Grupo Folha) e *O Estado de S. Paulo* (Grupo Estado) – não se constituem como um bloco único e coeso nas disputas e conflitos presentes na sociedade. E tampouco se apresentam como representantes de interesses vinculados a um partido político especificamente. No entanto, as linhas editoriais podem variar de acordo com arranjos ou tensões que ajustam a cobertura a interesses de cunho econômico ou político com os quais essas empresas eventualmente se associam. A polêmica sobre o aborto organizou grupos distintos, com interesses diversos num mesmo objetivo em torno do uso e da propagação do tema no segundo turno das eleições de 2010.

Um registro meramente ilustrativo de um episódio fora do escopo da pesquisa serve para exemplificar como o campo jornalístico pode atuar de forma interessada em determinadas situações. O Plano Nacional de Direitos Humanos 3 (PNDH3) foi encaminhado ao Congresso pelo Governo Federal no final de 2009. Com já foi referido neste estudo, o PNDH3 pode ser o fator causal que deu origem à exploração da temática do aborto por setores do campo religioso no período eleitoral. Desde o lançamento do Plano, diversos grupos de interesse socialmente organizados e com poder, prestígio e capacidade de tensionar o governo reagiram contra as propostas contidas nesse documento. Entre esses grupos estavam as grandes empresas de comunicação do Brasil (além deles, os produtores rurais, as igrejas e os militares), porque entendiam que as indicações para a democratização da mídia, contidas no PNDH3, eram tentativas de “cercear a imprensa”. Durante um debate para discutir o assunto em março de 2010, a então executiva do Grupo Folha e presidente da ANJ (Associação Nacional de Jornais), Judith Britto, proferiu a seguinte afirmação, reproduzida no *Globo*:

A liberdade de imprensa é um bem maior que não deve ser limitado. A esse direito geral, o contraponto é sempre a questão da responsabilidade dos meios de comunicação. E, obviamente, esses meios de comunicação estão fazendo, de fato, a posição oposicionista deste país, já que a oposição está profundamente fragilizada. E esse papel de oposição, de investigação, sem dúvida nenhuma incomoda sobremaneira o governo (FARAH, 2010, p. 19)

Como se vê, há uma mistura entre valores liberais, como a liberdade de imprensa e o acesso universal à informação, e os interesses dos grupos de comunicação representados pela diretora da entidade. Seu discurso é revelador porque demonstra o posicionamento político-eleitoral do campo jornalístico, o que contradiz a ideia de “apolítico” ou de neutralidade na mídia. No caso das eleições de 2010, podemos considerar que a exploração da temática do aborto no segundo turno das eleições de 2010 unificou a “posição oposicionista deste país”, tornando o tema objeto de exploração político-eleitoral e o centro da agenda jornalística no segundo turno.

Esse exemplo reforça uma das conclusões deste estudo: é necessário compreender o campo da mídia como um agente ativo dos processos sociais, sobretudo porque os meios de comunicação atuam no plano simbólico e exercem influência na cognição dos indivíduos, estruturando a percepção do mundo e construindo os significados para a realidade social. A compreensão do jornalismo moderno, fundamentada na objetividade como norma e ideal, expõe uma dualidade entre *jornalismo político* e *jornalismo profissional/empresarial* que não favorece a compreensão do jornalismo como expressão da posição política situada no campo da mídia. É como se o jornalismo empresarial/profissional não carregasse em si posicionamentos situados no contexto social. Diferentemente dessa visão, entendemos que “o jornalismo é a expressão de uma parte nas disputas mesmo quando não existe alinhamento político-partidário estável ou que funcione como motor para as ‘mensagens’” (BIROLI, 2012a, p. 5).

Sendo assim, os argumentos de “neutralidade” e “transcendência” (a mídia estaria “acima” dos interesses e disputas que retrata) para definir o jornalismo correspondem à naturalização de compreensões *da* política e posições *na* política que são utilizadas de forma intencional pelo campo jornalístico para organizar os limites das controvérsias, ter o controle sobre a definição da agenda, selecionar os atores e determinar *como* estes serão vistos pelo público. Mesmo que não dispute diretamente os espaços de poder no campo político, a mídia atua e interage com os elementos simbólicos de que dispõe (o conteúdo da cobertura jornalística, por exemplo), de forma que seus agentes também são ativos no processo de luta pelo poder político.

Valores que sustentam a ideia de uma atividade jornalística “independente e apartidária” dissimulam discursos e temas previamente selecionados pelos meios de comunicação que, assim, não sofrem o julgamento da parcialidade, pois se colocam “fora do jogo político” [partidário]. Mesmo que o jornalismo empresarial moderno não esteja vinculado diretamente a interesses de um partido político especificamente, esse campo atua como um agente interessado no processo

político-eleitoral, como ocorreu em 2010. Na medida em que se compreende a centralidade da mídia nas sociedades democráticas e nas relações de poder e dominação e seus circuitos de legitimação, compreendemos o papel ativo dos agentes vinculados aos meios de comunicação social na definição e na construção simbólica da realidade.

### **O campo jornalístico permanece um ator relevante nas disputas simbólicas**

Esse aspecto merece registro porque, apesar das discussões sobre o papel das novas mídias, sobretudo a internet e suas ferramentas, os resultados obtidos no trabalho desta tese reforçam a centralidade da mídia no jogo político contemporâneo justamente por sua capacidade de organizar e massificar os discursos, orientar pautas e destacar problemas que assumem um caráter “público”, de interesse coletivo. Essas características dão ao campo da mídia uma condição central no ordenamento do mundo social, pois ele assume um caráter de “sistema leitor”, por sua “competência enunciativa” e estruturante da produção dos sentidos (NETO, 2004, p. 122). Muitas vezes, o ambiente político acaba sendo definido pelas notícias políticas, uma vez que a mídia possui a capacidade de estabelecer *o contexto* em que os assuntos serão compreendidos pelo público, dando visibilidade a determinados aspectos em detrimento de outros: “As representações que a mídia faz da realidade passam a constituir a própria realidade” (LIMA, 2004, p. 186).

A análise do material de pesquisa demonstra que, mesmo sendo objeto de discussão e ativismo por parte de setores do campo religioso e do campo político, a temática do aborto assumiu contornos “públicos” e “de massa” quando os veículos de comunicação tradicionais passaram a dar ao tema um tratamento de destaque em seu noticiário, nas capas e nas manchetes, a partir de outubro de 2010. Mesmo que a temática do aborto tenha se inserido no debate eleitoral inicialmente difundida por canais específicos de comunicação de segmentos religiosos e grupos políticos ou pela internet, é somente quando os veículos de comunicação tradicionais constatarem a queda nas intenções de voto na candidata Dilma Rousseff (PT) no eleitorado religioso que o debate em torno do aborto se expande, unifica interesses e organiza toda a agenda do debate público entre os candidatos no segundo turno.

Associada à capacidade massificadora e de longa abrangência, outra importante característica que faz do campo da mídia um ator relevante é sua condição de selecionar e decidir quem deve falar, sobre o que e em que circunstâncias e, portanto, de conferir visibilidade e

credibilidade ou determinar o fracasso de políticos seja no legislativo ou no executivo. Essa seletividade é parte da dinâmica de produção do noticiário e resulta dos contatos diários ou eventuais desses profissionais com suas fontes ou daqueles que estão acessíveis ao seu universo.

A difusão dos discursos pela mídia tende a conferir importância, credibilidade, legitimidade e, sobretudo, universalidade ao conteúdo que pode, muitas vezes, representar interesses específicos em disputa na sociedade. Ao concentrar a cobertura jornalística na polêmica sobre o aborto, enfatizando determinados enquadramentos (e vozes) em detrimento de outros, o campo jornalístico estabeleceu uma escala de proeminência, definindo atributos e orientando a percepção pública para uma visão conservadora e negativa sobre a polêmica, provocando efeitos na interpretação dos acontecimentos político-eleitorais naquele momento.

A análise do material de pesquisa permitiu identificar as “perspectivas dominantes” das representações construídas pela mídia, orientadas para destacar os argumentos com impacto negativo sobre a imagem da candidata Dilma Rousseff (PT) perante o eleitorado religioso e positivo para o candidato José Serra (PSDB), produzindo valores diferenciados para os dois candidatos. Estereótipos foram construídos pelo noticiário reforçando um discurso “abortista” e oportunista, por “mudar de posição”, no período eleitoral sobre a candidata Dilma Rousseff (PT). Tais argumentos estavam majoritariamente associados às estratégias do jogo político: aquela que “manipula e ajusta suas opiniões por oportunismo eleitoral”, que age orientada por “artimanhas e estratégias de campanha para conquistar votos”. Ao mesmo tempo, a imagem do candidato José Serra (PSDB) esteve mais associada aos símbolos patriarcais do “bom político”, “bom marido”, que “não tem duas caras”, “temente a Deus”.

Dos 440 textos informativos e de opinião nos quais foram encontradas menções aos candidatos José Serra (PSDB) e Dilma Rousseff (PT) dentro do universo dos 504 textos desta pesquisa, a candidata petista foi a personagem mais mencionada na temática envolvendo o aborto, com 51% dos registros identificados (414 referências), seguida de José Serra (PSDB) com 263 referências (32%), Marina Silva (PV) com 118 menções (15%) e Plínio de Arruda Sampaio (PSOL) com 13 registros (2%). Esses dados demonstram o quanto a temática do aborto esteve vinculada à imagem da candidata petista nas eleições de 2010 e a importância do campo jornalístico em reforçar esse posicionamento e construir um capital simbólico diferenciado em torno dos dois principais candidatos.

### **Houve uma disputa pela centralidade da agenda no segundo turno. Sem conseguir impor sua agenda, o campo jornalístico ajustou-se ao tema e definiu os contornos da cobertura política em torno do aborto**

Com alguma variação, os três jornais reconhecem que foram surpreendidos por uma ação promovida por grupos religiosos e políticos que utilizaram a internet e suas ferramentas para propagar versões difamatórias à candidata Dilma Rousseff (PT) sobre suas posições em relação ao aborto. Essa percepção ocorreu no final de setembro, quando as pesquisas eleitorais demonstraram que houve uma queda nas intenções de voto da candidata Dilma Rousseff (PT), vista como favorita para vencer no primeiro turno. Os resultados da pesquisa “surpreenderam” os três veículos observados, uma vez que o tema não recebia a atenção dos veículos e estava sendo tratado “por fora” do campo jornalístico, provocado por uma campanha “viral” contra a candidata petista na internet. A partir do final de setembro, houve uma competição pela definição de qual agenda seria mais relevante para avaliar os candidatos: o debate moralista e conservador sobre o aborto ou a discussão sobre os desvios éticos e escândalos políticos no governo Lula, que também afetariam a candidata petista, versão defendida pelos jornais.

Aqui, entendemos que houve não apenas uma disputa pela agenda noticiosa mas um embate pela afirmação do campo tradicional da mídia como a esfera legítima para a mediação das trocas simbólicas “públicas”, que foram postas em xeque pelo uso da internet como ferramenta estratégica na disputa “subterrânea” de 2010. Adjetivos como “silenciosa” ou “subterrânea”, usados pelos jornais para definir essa campanha, evidenciam a disputa simbólica como forma de afirmar-se enquanto instituição competente para organizar a agenda pública. Do escândalo político, o noticiário migrou para a cobertura sobre as posições dos candidatos à Presidência em relação ao aborto.

Pelos editoriais os três jornais sempre defenderam a inadequação do uso da temática sobre o aborto, pois submeteria o debate eleitoral a “valores conservadores da igreja cristã”. Mesmo assim, houve uma súbita mudança no posicionamento dos jornais e, a partir de outubro, houve um aumento da saliência e da frequência nas abordagens ao aborto. Essa mudança também alterou a agenda da reportagem e o acompanhamento das atividades dos candidatos, guiando a pauta e os enquadramentos do noticiário para selecionar os episódios nesse novo contexto. Foram 13 editoriais contra o uso da temática do aborto nas eleições para a Presidência, 12 deles no mês de outubro. Dos 504 textos que compõem o corpus desta pesquisa, 423 (84%) deles foram

publicados em outubro. O salto nas menções ocorre exatamente no dia 30 de setembro, com 12 registros somente nessa data. É quando *O Globo* e *O Estado de S. Paulo* citam pela primeira vez em suas manchetes o aborto como tema da disputa eleitoral. Já a *Folha de S. Paulo* citou o tema pela primeira vez na capa do dia anterior, 29 de setembro, quando registrou a queda nas intenções de voto a Dilma Rousseff (PT) e o aborto como uma das hipóteses para explicar a perda de votos.

Outro aspecto importante que o resultado demonstra é a capacidade da mídia de “permeabilidade” e interação com as tensões e pressões de outros campos, ou agentes com capacidade de disputar a agenda pública. “A tensão entre os diferentes campos, competências e discursos faz com que essas relações sejam marcadas ora pela acomodação e complementaridade, ora por disputas e contradições” (BIROLI; MIGUEL, 2011, p. 63). Essa acomodação ocorreu a partir de outubro, com a unificação da agenda conservadora, o que favoreceu o discurso de setores atuantes das igrejas (católicos ou evangélicos) e a imagem do candidato José Serra (PSDB).

Nesse sentido, compartilhamos da visão de que a campanha eleitoral de 2010 mostrou que parte da imprensa tradicional usou “o discurso antiabortista para alvejar os candidatos de seu desagrado” (MIGUEL, 2012, p. 670). Diante do novo cenário, os veículos observados nesta pesquisa não apenas reordenaram seu eixo de cobertura como atuaram no sentido de enfatizar o aborto como tema central da cobertura jornalística das eleições no segundo turno.

### **Mídia reforçou posições socialmente dominantes das igrejas e valores masculinos na definição da agenda**

As notícias são, entre outras coisas, “o exercício do poder sobre a interpretação da realidade” (SCHLESINGER; GANS *apud* WOLF, 2005, p. 234). Como já é recorrente nos estudos atuais sobre mídia e política, o exercício da atividade político-partidária, hoje, passa por uma competição pela construção da percepção pública dos interessados em se apresentar na cena política. Tal construção passa pelo campo midiático. Os agentes que têm acesso às rotinas produtivas da mídia interagem com os jornalistas no sentido de tentar influenciar a maneira como serão representados no noticiário.

Mas quem tem acesso à mídia para se constituir como fonte? Sistemas dominantes de poder político ou econômico tendem a ser fontes rotineiras da cobertura jornalística, ou seja, “aqueles que possuem o poder econômico ou político podem facilmente obter acesso aos

jornalistas e são acessíveis a eles. Quanto àqueles que não têm poder, é mais difícil que se tornem fontes e sejam procurados pelos jornalistas” (GANS *apud* WOLF, 2005, p. 235). Sendo assim, a mídia difunde uma visão da política que se traduz num noticiário homogêneo, concentrado em personagens e em enquadramentos que naturalizam comportamentos e reproduzem compreensões restritas da política e da diversidade de representações e interesses presentes na sociedade (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 12).

No estudo sobre o agendamento do aborto na cobertura eleitoral de 2010 identificamos que os enquadramentos enfatizaram de forma predominante as perspectivas de setores dos campos político e religioso, o que orientou o noticiário para um viés conservador de reforço a doutrinas religiosas e de valorização das hierarquias de gênero. Ao examinar os enquadramentos predominantes nos textos que serviram para “interpretar” o debate sobre o aborto no segundo turno das eleições, é possível identificar a “influência potencial” de construção de “imagens, atitudes e opiniões” produzidas pelo noticiário impresso vinculadas às estratégias eleitorais dos candidatos. Dos 504 textos, 262 (52% do universo da pesquisa) têm como enquadramento predominante a ênfase nas estratégias eleitorais dos candidatos. Se associarmos esse aspecto aos enquadramentos vinculados à ideia negativa sobre os candidatos que mudaram de opinião de forma oportunista sobre a descriminalização do aborto (antes a favor e, agora, nas eleições, contra) com 50 textos (cerca de 10% do total de 504 textos), o resultado é 62% dos textos com o viés para o “uso estratégico” do aborto nas eleições.

Se a esse agrupamento de textos forem agregados aqueles com a visão predominantemente religiosa de que *a defesa do aborto vai contra os princípios da igreja* (47 fichas ou 9% do universo de 504 textos) e *contra o aborto, em defesa da vida* (31 textos ou 6% do total), o resultado da pesquisa mostra que 77% dos textos noticiosos continham um conjunto de argumentos persuasivos que orientaram para uma “condenação” moral dos políticos pelo uso do aborto como estratégia eleitoral, concentrados principalmente sobre a candidata Dilma Rousseff (PT), foco das cobranças no âmbito político e religioso.

Os resultados permitem afirmar que os veículos de comunicação observados deram visibilidade a um conjunto de argumentos restritos que reforçaram um discurso moral sobre o aborto, valorizando vozes e declarações que naturalizavam doutrinas religiosas e perspectivas masculinas como justificativas socialmente legítimas, além de uma interpretação “eleitoreira” sobre a conduta de políticos que teriam usado artifícios, artimanhas e estratégias de marketing



para tratar do tema de forma “oportunista”, tendo como objetivo conquistar o voto dos eleitores religiosos. Neste caso, o enquadramento foi predominantemente associado aos textos com a presença da candidata Dilma Rousseff (PT).

Outro dado reforça a afirmação de que a mídia tende a restringir as vozes presentes nos seus espaços de controvérsia. Foi ínfima a presença de fontes da sociedade civil nos textos. No universo dos 77% de textos noticiosos não há registro do “outro lado” situado nas posições favoráveis à descriminalização do aborto, o que demonstra como as redações desses três veículos privilegiaram um conjunto restrito de discursos e, assim, reforçaram posições e perspectivas socialmente dominantes. Nos 361 textos produzidos pela redação dos três jornais (reportagens e notas de colunas fixas), foram encontradas 482 vozes. Destas, 459 (95,2%) estão vinculadas ao campo político, religioso ou de especialistas e acadêmicos. As vozes vinculadas aos movimentos sociais (a favor ou contra a descriminalização do aborto) e a populares totalizaram somente 23 referências (4,7%).

O dado expressa a desigualdade e o silenciamento de outras perspectivas sociais no debate midiático. Para se ter uma ideia da diferença, os movimentos sociais em favor da descriminalização do aborto tiveram nessa pesquisa somente 2,2% da presença no noticiário, o que dá a dimensão do desequilíbrio no debate. A ausência de posições favoráveis à descriminalização do aborto nas reportagens, como contraponto às posições das igrejas, tornou predominantes na arena midiática interpretações negativas ou “ilegítimas”, vinculadas às falas da candidata Dilma Rousseff (PT) em desacordo ao conjunto do discurso dominante. Em contraponto a essa perspectiva, as falas do candidato José Serra (PSDB) coincidiram com vocalizações socialmente “legítimas”, ou seja, em acordo com posições das igrejas valorizadas como “corretas”, permitindo uma abordagem mais vantajosa em relação à cobertura majoritariamente selecionada pelo viés religioso.

### **Internet amplia e pressiona esfera da comunicação**

Um aspecto que a pesquisa também colocou em evidência é a presença cada vez mais crescente da internet e de suas ferramentas na disputa política. Esse aspecto é importante para a presente tese porque ele está vinculado à “surpresa” registrada pela mídia em relação ao efeito do uso da internet como ferramenta política. Os jornais registraram em seus textos de opinião ou em artigos e colunas de jornalistas vinculados às redações a surpresa com o resultado das pesquisas

eleitorais no final do primeiro turno e sua ligação com os efeitos produzidos pelo ativismo religioso e político na internet, com capacidade de produzir resultados na agenda pública a partir de um ambiente externo ao controle e aos filtros da mídia. Um desses episódios foi revelado pelo colunista do jornal *O Estado de S.Paulo* José Roberto de Toledo:

A evolução da rejeição a Dilma mostra que algo novo começou a acontecer no início de setembro. De repente, começou a aumentar o número de eleitores evangélicos que diziam que não votariam na petista de jeito nenhum. Como a rejeição não aumentou nos demais eleitores era sinal de que havia algum problema novo na relação de Dilma com os evangélicos. [...]. Em outras palavras, a polêmica em torno da legalização do aborto pode ter tido um peso maior no refluxo das intenções de voto de Dilma nesta reta final de campanha do que as denúncias de corrupção no governo e os ataques de Lula à imprensa (TOLEDO, 2010, p. A15).

O texto é complementado pelo reconhecimento de que a agenda do aborto foi construída sem passar pelos filtros do campo jornalístico, revelando que as redações dos jornais não estavam atentas ao ativismo na internet: “A campanha ‘viral’ pela internet foi feita usando vídeos com declarações de Dilma em 2007 e agora [em 2010]. Fato inédito, uma questão religiosa pode ser responsável pelo segundo turno, se ele acontecer” (TOLEDO, 2010 p. A15).

As mídias digitais foram incorporadas e utilizadas por agentes do campo político e religioso para disseminar suas posições entre seu público-alvo, além das já tradicionais emissoras de rádio e televisão sob controle de grupos religiosos católicos ou evangélicos (MACHADO, 2012, p. 26). Desde 2002, é possível perceber um crescimento importante da internet como ferramenta complementar de comunicação e propagação de conteúdo de interesse das candidaturas à Presidência da República. Em 2010, houve um incremento dessa interferência, com novos eventos produzidos no ambiente da comunicação digital (JAMIL; SAMPAIO, 2011, p. 210).

O ingresso da temática do aborto no centro do debate eleitoral a partir do segundo turno em 2010 demonstrou que as relações de força que definem o discurso público devem considerar outros ambientes e ferramentas comunicacionais numa esfera ampliada, que inclui não apenas as mídias tradicionais (televisão, jornal, rádio e TV) mas também a internet e seu universo horizontal de produção de sentidos. A internet vem se constituindo como um novo ambiente de interlocução social que afeta o campo midiático tradicional.

O foco desta pesquisa foi observar como ocorreu o processo de agendamento do aborto no noticiário da mídia tradicional. No entanto, um caminho de pesquisa que pode ser aprofundado a partir deste trabalho é observar o impacto da internet na esfera midiática e como os veículos tradicionais vêm absorvendo essa nova realidade, de forma a manter seu controle e predomínio na construção de conteúdos simbólicos.

### **A pesquisa confirma o ativismo religioso nas disputas políticas**

O predomínio dos argumentos morais nos enquadramentos contrários ao direito ao aborto, com forte reverberação social, é revelador da crescente presença organizada de setores do campo religioso na esfera política com o objetivo de atuar na definição das políticas públicas do Estado (MACHADO, 2013, p. 48). A relevância de determinados posicionamentos das igrejas perante a população transforma-a num ator com influência sobre o debate político, principalmente quando pode provocar retrocessos em conquistas na legislação brasileira, como é o caso do direito à interrupção da gravidez para mulheres vítimas de violência sexual ou de fetos anencéfalos:

O enquadramento dominante do aborto como questão moral permitiu o ativismo cristão nas eleições de 2010, marcado pela agressividade em relação aos adversários e pela confusão entre questões de fé e questões de direito – um potencial retrocesso no funcionamento de nossas instituições democráticas (MIGUEL; BIROLI, 2012, p. 20).

A presença de uma “bancada religiosa” no parlamento produz inevitáveis conflitos com setores laicos e movimentos feministas, defensores da liberação do aborto, ou de movimentos como o LGTB, em defesa da livre orientação sexual. A disputa entre esses grupos na esfera política tradicional (parlamento) vem se revelando desigual e desfavorável para o avanço de conquistas formais vinculadas aos direitos humanos. Essa percepção se expressou no campo jornalístico, onde os atores com acesso aos filtros do noticiário estavam vinculados ao campo conservador. A forte reverberação, atenção e destaque dados pela mídia reforçaram valores restritivos à liberdade individual e foram dominantes nos enquadramentos e nas vozes presentes nos textos. Quando o texto jornalístico concentra suas fontes no campo político (candidatos, representantes partidários e parlamentares) ou em representantes das instituições religiosas, estamos observando uma característica do jornalismo que “gravita constantemente na direção de ‘pessoas com posição de saber’ e poder” (COOK, 2011, p. 212). Isso é, até certo ponto,

compreensível, em se tratando de um debate eleitoral. No entanto, nesse processo, o campo jornalístico não apenas refletiu a autoridade e as ideias de determinados grupos como as reforçou com o destaque e a ênfase dados para o assunto no segundo turno.

### **Uso do aborto nas eleições reforçou constrangimentos e hierarquias de gênero**

Outra conclusão é que os resultados da pesquisa reforçam os argumentos sobre os limites de visibilidade de vozes distintas dos enquadramentos morais e religiosos que dominaram os discursos e as estratégias eleitorais de 2010. O direito da mulher ao seu corpo foi um debate ausente da mídia nas eleições de 2010. Isso pode ser constatado nos enquadramentos que enfatizaram que *o direito ao aborto é necessário para respeitar a autonomia plena da mulher*. Foram encontrados: somente *um* texto (0,5% dos 152 textos) no *Globo*; três textos da *Folha de S.Paulo* (1% do total de 200 textos) e *nenhum* texto no *Estado de S.Paulo*. Portanto, apenas quatro textos no universo total desta pesquisa enfatizaram a ideia de que a descriminalização do aborto é um direito da mulher a um poder autônomo sobre seu corpo. Isso equivale a 1% dos 504 textos analisados.

No estudo de caso objeto desse trabalho fica evidente a influencia dos meios de comunicação de massa na reprodução dos papéis de gênero com o tratamento desigual e hierarquizado para a agenda religiosa em contraponto à agenda feminista. No noticiário político-eleitoral, como vimos nos capítulos 4 e 5, há uma ênfase predominante para os enquadramentos e vozes que reforçaram posições masculinas e de grupos socialmente dominantes (igrejas e grupos políticos) com uma expressiva valorização para os discursos e interesses contrários à ideia de descriminalizar o aborto, sem a mesma atenção para vozes dissonantes.

Nesse sentido, o uso da temática sobre o aborto nas eleições de 2010 reforçou os limites e os constrangimentos para possíveis avanços na legislação brasileira e no debate público sobre o tema. A homogeneidade da ênfase moral na cobertura reforçou a ideia de que assuntos relativos à temática da mulher estão deslocados da política e do espaço público. Por essa razão a temática do aborto permanece como um tema importante, pois mantém a tensão sobre os desafios ainda necessários para uma sociedade plenamente igualitária nos seus direitos humanos e civis, de forma que todos sejam respeitados.

A tímida presença dos movimentos feministas e de mulheres em defesa da descriminalização do aborto no noticiário, em contraste com a grande presença de atores do

campo religioso agindo como sujeitos definidores dos discursos e de posições dominantes contrárias ao aborto é exemplo de uma narrativa construída pelo campo jornalístico legitimadora de constrangimentos estruturais de gênero. A discussão sobre a sexualidade e o direito das mulheres sobre seu corpo também demonstra os limites do discurso liberal e seus ideais de universalidade e igualdade, uma vez que a dualidade entre o público e o privado expõe as assimetrias nas relações de gênero, que reforçam valores de subordinação e dependência das mulheres e limitam a afirmação da sua individualidade e de relações horizontais entre homens e mulheres no mundo público ou privado.

É saudável para a democracia brasileira que a diversidade de opiniões e visões de mundo esteja presente no debate público. Nesse sentido, as discussões provocadas pela teoria feminista auxiliam a revelação dos mecanismos que produzem diversas formas de dominação e opressão. A politização do aborto e a forma como ocorreram a exposição e a difusão do tema pela mídia nas eleições de 2010 reforçaram discursos que valorizam relações de poder assimétricas e desigualdades estruturais na sociedade, em que os homens (e as igrejas) decidem pelas mulheres sobre suas experiências e sua vida.

Se entendermos o discurso da mídia como um espaço privilegiado de disseminação das diferentes perspectivas e projetos em conflito na sociedade (MIGUEL; BIROLI, 2011, p. 50), esse deveria ser o espaço para a expressão de várias e diferentes vozes representantes de diversos agrupamentos políticos, garantindo ao cidadão a disponibilidade de argumentos e valores diferentes para formar sua opinião. A polêmica envolvendo o aborto e a exploração do tema no debate político-eleitoral de 2010 demonstrou que ainda há um caminho importante a percorrer na direção da ampliação do pluralismo de vozes e posições com presença no campo jornalístico, sendo relevante também para o aperfeiçoamento e a consolidação do pluralismo político em nossa sociedade.

## Bibliografia

### Referências bibliográficas

- ALBERT, P.; TERROU, F. **História da imprensa**. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- ALBUQUERQUE, Afonso. As três faces do quarto poder. In: MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia (Org.). **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Hucitec, 2010. p. 92-104.
- ALCÂNTARA, Norma S.; CHAPARRO, Manuel Carlos; GARCIA, Wilson. *Imprensa na berlinda: a fonte pergunta*. São Paulo: Celebris, 2005.
- ALDANA, Myriam. Vozes católicas no Congresso Nacional: aborto, defesa da vida. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 16, n. 2, 2008, p. 639-646. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/9571/8795>. Acesso em: 20 jul. 2014.
- ALDÉ, Alessandra; MENDES, Gabriel; FIGUEIREDO, Marcus. Imprensa e eleições presidências: natureza e conseqüências da cobertura das eleições de 2002 e 2006. In: LIMA, Venício A. (Org.). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Perseu Abramo, 2007. p. 65-88.
- ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- ALMEIDA, Jorge. O marketing político-eleitoral. In: RUBIM, Antonio A. Canelas (Org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 309-346.
- ANDRADE, Joana El-jaick. A social-democracia clássica e a emancipação feminina. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 2, p. 159-191, 2009.
- AQUINO, Mauricio. A implantação da República e a Igreja Católica no Brasil e Portugal: o caso das congregações femininas portuguesas em diáspora (1911 – 1921). **Revista Brasileira de História das Religiões - ANPUH**, v. 4, n. 10, p. 215-232, 2011. Disponível em: <http://www.dhi.uem.br/gtreligiao/pdf9/11.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2014.
- AZEVEDO, Fernando Antonio. Agendamento da política. In: RUBIM, Antonio A. Canelas (Org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 41-72.
- BIROLI, Flávia. O jornalismo como gestor de consensos: limites do conflito na política e na mídia. In: XXI ENCONTRO DA COMPÓS, 2012a, Juiz de Fora. **Anais...** Juiz de Fora: UFJF. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1837.doc](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1837.doc). Acesso em: 22 mar. 2014.
- \_\_\_\_\_. Consentimento e tolerância à subordinação. Texto para discussão. **Grupo de Pesquisas sobre Democracia e Desigualdades (Demode)**, Brasília, n. 2, novembro. 2012b. Disponível em: <http://www.demode.unb.br/images/pdf/Textos2.pdf>. Acesso em: 22 jan. 2014.
- \_\_\_\_\_. **Autonomia e desigualdades de gênero: contribuições do feminismo para a crítica democrática**. Vinhedo, São Paulo: Horizonte, 2013a.
- \_\_\_\_\_. Autonomia, opressão e identidades: a resignificação da experiência na teoria política feminista. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, n. 1, p. 81-104, 2013b. Disponível em:

<<http://www.ieg.ufsc.br/admin/downloads/artigos/14052013-112035p-81105-biroli.pdf>>. Acesso em: 22 jan. 2014.

\_\_\_\_\_. Limites da política e esvaziamento dos conflitos: o jornalismo como gestor de consensos. **Revista Estudos Políticos**, Rio de Janeiro, n.6, p. 126-143, 2013c. Disponível em: <http://revistaestudospoliticos.com/wp-content/uploads/2013/10/6p126-143.pdf>.

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. Razão e sentimento: a comunicação política e a decisão do voto. XX ENCONTRO DA COMPÓS, 2011, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: UFRGS.

BIROLI, Flávia; MANTOVANI, Denise M. Disputas, ajustes e acomodações na produção da agenda eleitoral: a cobertura jornalística ao programa Bolsa Família e as eleições de 2006. **Opinião Pública**, Campinas, v. 16, n. 1, p. 90-116, 2010.

\_\_\_\_\_. A parte que me cabe nesse julgamento: a Folha de S.Paulo na cobertura ao processo do mensalão. XXII ENCONTRO DA COMPÓS, 2013, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA. Disponível em: <[http://compos.org.br/data/biblioteca\\_2012.pdf](http://compos.org.br/data/biblioteca_2012.pdf)>. Acesso em: 22 mar. 2014.

BOLTANSKI, Luc. As dimensões antropológicas do aborto. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 7, p. 205-245, 2012.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

\_\_\_\_\_. **Meditações pascalinas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

\_\_\_\_\_. **A dominação masculina**. Tradução de Maria Helena Kühner. 4. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

\_\_\_\_\_. **O poder simbólico**. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BRAGATTO, Rachel Callai. Democracia e internet: apontamentos para a sistematização dos estudos da área. **Compolítica**, v. 1, n. 2, p. 131-164, 2011. Disponível em: <<http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/30/24>>. Acesso em: 22 mar. 2014.

BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de lei 478-A. Dispõe sobre o Estatuto do Nascituro e dá outras providências. **Diário da Câmara dos Deputados**. Poder Legislativo, Brasília, DF, 25 jun. 2013. p. 26032 e seguintes. Disponível em: <<http://imagem.camara.gov.br/Imagem/d/pdf/DCD0020130625001090000.PDF#page=170>>. Acesso em: 20 jan. 2014.

BRITO, Enio José da Costa. Agonia de um modelo. In: SOUZA, Beatriz Muniz; MARTINO, Luis Mauro Sá (Orgs.). **Sociologia da religião e mudança social**: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2008. p. 37-46.

CAMPOS, Leonildo Silveira. Protestantismo brasileiro e mudança social. In: SOUZA, Beatriz Muniz de; MARTINO, Luis Mauro Sá (Orgs.). **Sociologia da religião e mudança social**: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2008. p. 106-136.

CANDIDO, Antonio. Prefácio. In: HOLANDA, Sergio Buarque. **Raízes do Brasil**. 26. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

CFM. Conselhos de Medicina se posicionam a favor da autonomia da mulher em caso de interrupção da gestação. **CFM** [site]. 21. mar. 2013. Disponível em: [http://portal.cfm.org.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=23661:conselhos-de](http://portal.cfm.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=23661:conselhos-de)

medicina-se-posicionam-a-favor-da-autonomia-da-mulher-em-caso-de-interruptao-da-gestacao&catid=3. Acesso em: 20 jul. 2014.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. 3. ed. São Paulo: Summus, 2007.

COHEN Jean L. Repensando a privacidade: autonomia, identidade e a controvérsia sobre o aborto. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n.7, p. 165-203, 2012.

COLLING, Leandro. **Agendamento, enquadramento e silêncio nas eleições presidenciais de 1998**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2000.

COOK, Timothy E. **Governing with the news**: the news media as a political institution. 2. ed. Chigaco, London: The University of Chicago Press, 2005.

\_\_\_\_\_. O jornalismo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 6, p 203-247, 2011.

COULOURIS, Daniella Georges. Gênero e discurso jurídico: possibilidades para uma análise sociológica. In: CARVALHO, Marie Jane S.; ROCHA, Cristiane Maria Famer (Orgs.). **Produzindo gênero**. Porto Alegre: Sulina, 2004. p. 61-79.

DINIZ, Débora; MEDEIROS, Marcelo. Aborto no Brasil: uma pesquisa domiciliar com técnica de urna. **Revista Ciência & Saúde Coletiva**, Rio de Janeiro, v. 15, s. 1, p. 959-966, 2010.

FONSECA, Francisco. **O consenso forjado**: a grande imprensa e a formação da agenda ultraliberal no Brasil. São Paulo: Hucitec, 2005.

\_\_\_\_\_. Mídia, poder e democracia. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 6, p. 41-69, 2011.

FONTES, Maria Lucineide A.. O aborto na campanha eleitoral de 2010 e seu enquadramento na imprensa. XXI ENCONTRO DA COMPÓS, 2012, Juiz de Fora. **Anais...** Juiz de Fora: UFJF.

FRASER, Nancy. Beyond the master/subject model: on Carole Pateman's *The sexual contract*. In: **Justice interruptus**: critical reflections on the "postsocialist" condition. New York: Taylor and Francis Group, 1997. p. 225-236.

\_\_\_\_\_. Para além do modelo senhor/serva: sobre o contrato sexual, de Carole Pateman. In: MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia (Orgs.). **Teoria política feminista**: textos centrais. Vinhedo: Horizonte, 2013. p. 251-264.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GUARESCHI, Pedrinho. Mídia, política e religião: possibilidades e limites. Entrevista. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, São Leopoldo, 26 out. 2010. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/37683-midia-politica-e-religiao-possibilidades-e-limites-entrevista-especial-com-pedrinho-guareschi>>. Acesso em: 10 jun. 2014.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria do Agir Comunicativo**. São Paulo: Mantins Fuentes, 2012.

HOLANDA, Sergio Buarque. **Raízes do Brasil**. 26. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.



JACOB, Cesar; HEES, Dora R.; WANIEZ Philippe. **Religião e território no Brasil: 1991/2010**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2013. Disponível em: <[http://www.editora.vrc.puc-rio.br/docs/ebook\\_religiao\\_e\\_territorio\\_no\\_brasil\\_1991-2010.pdf](http://www.editora.vrc.puc-rio.br/docs/ebook_religiao_e_territorio_no_brasil_1991-2010.pdf)>. Acesso em: 10 jan. 2014.

JAMIL, Francisco Paulo; SAMPAIO, Rafael. Internet e eleições 2010 no Brasil: rupturas e continuidades nos padrões midiáticos das campanhas políticas online. **Galáxia**, São Paulo, n. 22, p. 208-221, 2011. Disponível em: <<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/7065/6076>>. Acesso em: 10 jan. 2014.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: Norte e Sul - manual de comunicação. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2001.

LIMA, Venício A.. **Mídia: teoria e política**. 2. ed. São Paulo: Perseu Abramo, 2004.

\_\_\_\_\_. **Mídia: crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

\_\_\_\_\_. A mídia nas eleições de 2006. In: LIMA, Venício A. (Org.). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Perseu Abramo, 2007. p. 15-28.

LUNA, Naara. Fetos anencefálicos e embriões para pesquisa: sujeitos de direitos? **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 17, n. 2, p. 307-333, 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v17n2/02.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2014.

\_\_\_\_\_. Aborto e corporalidade: as disputas morais através de imagens. ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 2012, Águas de Lindoia. **Anais...** Águas de Lindoia: Anpocs.

MACHADO, Maria das Dores Campos. **Política e religião: a participação dos evangélicos nas eleições**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

\_\_\_\_\_. Aborto e ativismo religioso nas eleições de 2010. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 7, p. 25-54, 2012.

\_\_\_\_\_. Discursos pentecostais em torno do aborto e da homossexualidade na sociedade brasileira. **Cultura y Religión: Revista de Sociedades en Transición**, Iquique, v. 3, n. 2, p. 48-68, 2013. Disponível em: <<http://www.revistaculturayreligion.cl/index.php/culturayreligion/article/view/387>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

MANTOVANI, Denise M.. **A cobertura jornalística do Bolsa Família: um estudo de caso da interação entre os campos político e jornalístico**. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) - Instituto de Ciência Política, Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

\_\_\_\_\_. Eleições 2010: como os enquadramentos e as vozes organizaram os limites da controvérsia do aborto. **Compolítica**, Rio de Janeiro, v. 3, p. 71-94, 2013. Disponível em: <<http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/57>>. Acesso em: 20 jun. 2014

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Tradução de Jacques A. Wainberg. Petrópolis: Vozes, 2009.

McCOMBS Maxwell; SHAW, Donald L. A função do agendamento dos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **O poder do jornalismo: análise e textos da Teoria do Agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000a. p. 47-62.

\_\_\_\_\_. A evolução da pesquisa sobre agendamento: vinte e cinco anos no mercado das idéias. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **O poder do jornalismo: análise e textos da Teoria do Agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000b. p. 125-136.

MENDONÇA, Antonio Gouvêa. Protestantismo brasileiro, uma breve interpretação histórica. In: In: SOUZA, Beatriz Muniz de; MARTINO, Luis Mauro Sá (Orgs.). **Sociologia da religião e mudança social: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2008. p. 49 – 79.

MIGUEL, L. Felipe. Mídia e Eleições: a campanha de 1998 na Rede Globo. **Dados**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 2, p. 253-276, 1999.

\_\_\_\_\_. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova**, São Paulo, n. 55-56, p. 155-184, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ln/n55-56/a07n55556.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2013.

\_\_\_\_\_. O possível aquém do necessário: transformando a ação política da mídia no Brasil. In: LIMA, Venício (Org.). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Perseu Abramo, 2007. p. 213-236.

\_\_\_\_\_. Aborto e democracia. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 20, n. 3, p. 657-672, 2012. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/27651>>. Acesso em: 11 nov. 2013.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. Apresentação: dossiê gênero e política. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 2, p. 13-21, 2009.

\_\_\_\_\_. Comunicação e política: um campo de estudos e seus desdobramentos no Brasil. In: MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia (Orgs.). **Mídia, representação e democracia**. São Paulo: Hucitec, 2010.

\_\_\_\_\_. **Caleidoscópio convexo: mulheres, política e mídia**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

\_\_\_\_\_. Apresentação: dossiê aborto. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 7, p. 19-23, 2012.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”**: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

NETO, Antonio Fausto. Discurso político e mídia. In: RUBIM, Antonio A. Canelas (Org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 105-126.

NUNES, Maria José Rosado. O catolicismo sob o escrutínio da modernidade. In: SOUZA, Beatriz Muniz de; MARTINO, Luis Mauro Sá (Orgs.). **Sociologia da religião e mudança social: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2008. p. 22-36.

\_\_\_\_\_. O tema do aborto na Igreja Católica: divergências silenciadas. **Católicas pelo direito de decidir**. Disponível em: <<http://www.catolicasonline.org.br/artigos/conteudo.asp?cod=3486>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

OKIN, Susan Moller. Gênero, o público e o privado. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 305-332, 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v16n2/02.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

- PATEMAN, Carole. **O contrato sexual**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.
- \_\_\_\_\_. The patriarchal welfare state. In: **The disorder of women**. Oxford: Stanford University Press, 1989. p. 179-209.
- PIERUCCI, Antonio Flávio. Secularização e declínio do catolicismo. **Sociologia da religião e mudança social: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2008. p. 13-21.
- PINTO, Céli Regina Jardim. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.
- PORTO, Mauro. Enquadramentos da mídia e política In: RUBIM, Antonio A. Canelas (Org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004. p. 74-104.
- RAMOS, Jair de Souza. Toma que o aborto é teu: a politização do aborto em jornais e na web durante a campanha presidencial de 2010. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 7, p. 55-82, 2012.
- RUBIM, Antonio C. Espetacularização e midiaticização da política. In: RUBIM, Antonio A. Canelas (Org.). **Comunicação e política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004a. p. 181-222.
- \_\_\_\_\_. Visibilidades e estratégias nas eleições presidenciais de 2002: política, mídia e cultura. In: RUBIM, Antonio A. Canelas (org). **Eleições presidenciais em 2002 no Brasil: ensaios sobre mídia e política**. São Paulo: Hacker, 2004b. p. 7-28.
- SANTOS, Beatriz Carneiro. Aborto, direitos reprodutivos e feminismo na França de Nicolas Sarkozy. **Revista Brasileira de Ciência Política**. Brasília, n. 7, p. 133-144, 2012.
- SCOTT, Joan. O enigma da igualdade. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 13, n. 1, p. 11-30, 2005.
- SILVEIRA, Sergio Amadeu. Para além da inclusão digital: poder comunicacional e novas assimetrias. In: BONILLA, Maria Helena Silveira; PRETTO, Nelson De Luca (Orgs.). **Inclusão digital: polêmica contemporânea**. Vol. 2. Salvador: Edufba, 2011. p. 49-59.
- SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 1995.
- \_\_\_\_\_. **O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia**. Tradução de Pedrinho Guareschi. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2002a.
- \_\_\_\_\_. **Mídia e modernidade: uma teoria social da mídia**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2002b.
- TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo: análise e textos da Teoria do Agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.
- \_\_\_\_\_. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.
- VITAL, Chistina. Os laços entre religião e política no Brasil. Entrevista a Guilherme Freitas. **O Globo**, Rio de Janeiro, 04 mai. 2013. Prosa & Verso. Disponível em:

<<http://oglobo.globo.com/blogs/prosa/posts/2013/05/04/os-lacos-entre-religiao-politica-no-brasil-495417.asp>>. Acesso em: 10 jun. 2014.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. Tradução de Karina Jannini. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

YOUNG, Iris Marion. Representação política, identidade e minorias. **Lua Nova**, São Paulo, n. 67, p. 139-190, 2006.

## Corpus de pesquisa

A CAÇA ao voto religioso. **O Estado S. Paulo**, São Paulo, 15 out. 2010. Espaço Aberto, p. A3.

A FÉ nos boatos. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 12 out. 2010. Opinião, p. A2.

A SUCESSÃO sequestrada. **O Estado S. Paulo**, São Paulo, 11 out. 2010. Espaço Aberto, p. A3.

ABORTO opõe Marina a Dilma e esquentou guerra entre as candidatas. **O Globo**, Rio de Janeiro, 30 set. 2010. Capa.

ALENCASTRO, Catarina. Juiz manda Receita encaminhar processo de vazamento a Eduardo Jorge. **O Globo**, Rio de Janeiro, 25 ago. 2010. O País.

AMATO, Fábio. Para arcebispo, aborto é assunto de eleição. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 13 out. 2010. Eleições 2010, p. Especial 9.

AMORA, Dimmi; SEABRA, Catia. Serra reage aos ataques de Dilma a sua mulher. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 12 out. 2010. Poder, p. A6.

AMORIM, Silvia. Dilma diz que existe hipocrisia na discussão sobre o aborto. **O Globo**, Rio de Janeiro, 10 out. 2010. O País, p. 15.

AS JANELAS quebradas do sigilo. **O Globo**, Rio de Janeiro, 25 ago. 2010. Capa.

AUTOR do pedido nega ter agido a mando político. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 02 set. 2010. Capa.

BARBOSA, Aduari Antunes. Curetagem é a cirurgia mais realizada no Brasil. **O Globo**, Rio de Janeiro, 14 jul. 2010. O País, p. 14.

BARROS E SILVA, Fernando. Nas trevas de Deus. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 06 out. 2010a. Opinião, p. A2.

\_\_\_\_\_. Serra em transe. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 18 out. 2010b. Opinião, p. A2.

BATISTA, Henrique Gomes. Ibope mostra que Serra lidera entre os evangélicos. **O Globo**, Rio de Janeiro, 14 out. 2010. O País, p. 9.

BERGAMO, Mônica. Monica Serra contou ter feito aborto, diz ex-aluna. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 16 out. 2010b. Poder, p. A10.

BLOCH, Arnaldo. Penso, logo, minto. **O Globo**, Rio de Janeiro, 10 out. 2010. O País, p. 17.

BRUNO, Cassio. Índio pede que classe média não viaje e vote. **O Globo**, Rio de Janeiro, 14 out. 2010. O País, p. 12.

BENEVIDES, Carolina; FARAH, Tatiana. Polêmica na campanha presidencial, aborto ilegal mata uma mulher a cada dois dias. **O Globo**, Rio de Janeiro, 10 out. 2010a. O País, p. 3.

\_\_\_\_\_. “Depois dá um vazio danado”. **O Globo**, Rio de Janeiro, 10 out. 2010b. O País, p. 3.

\_\_\_\_\_. “Debatido como tema religioso, melhor seria tirar da agenda”. **O Globo**, Rio de Janeiro, 10 out. 2010c. O País, p. 4.

BRUM, Eliane. O aborto e a má fé. **Época**, São Paulo, 15 ago. 2013. Brasil. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/eliane-brum/noticia/2013/08/o-baborto-e-ma-fe.html>>.

CAMAROTTI, Gerson. Dilma e Serra: é direito do papa se manifestar. **O Globo**, Rio de Janeiro, 29 out. 2010. O País, p. 3.

CAMPANHA de Serra vê perda de fôlego e traça mudanças. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 20 out. 2010. Poder, p. A10.

CANTANHÊDE, Eliane. O voto e o tabu. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 15 jul. 2010. Opinião, p. A2.

CANZIAN, Fernando. Vantagem de Dilma sobre rivais cai para 2 pontos e aumenta chance de 2º turno. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 28 set. 2010. Eleições 2010, p. Especial 2.

CARAZZAI, Estelita Hass. Partido é oportunista sobre aborto, diz bispo. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 07 out. 2010. Poder, p. A8.

CARDOSO, Daiene. “Não tenho duas caras”, diz Serra sobre aborto. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 30 set. 2010. Poder, p. A6.

CASO Erenice põe o governo na ofensiva e partidos batem boca. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 15 set. 2010. Capa.

CASTRO, Antonio Carlos de Almeida e. Eu fiz três abortos. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 15 out. 2010. Opinião, p. A3.

COLON, Leonardo. Cúpula da receita omitiu motivação política da violação do sigilo de tucanos. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 03 set. 2010. Nacional, p. A4.

COM ESCÂNDALOS, cai a vantagem de Dilma, mostra o Datafolha. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 23 set. 2010. Capa.

CRUZ, Valdo; BRAGON, Ranier; IGLESIAS, Simone; FLOR, Ana. Lula determina guinada na campanha de Dilma, que vai explorar privatizações. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 06 out. 2010. Eleições 2010, p. Especial 1.

DE OLHO nas promessas fundamentais. **O Globo**, Rio de Janeiro, 25 jul. 2010. O País, p. 12.

DILMA muda discurso para evangélicos. **O Globo**, Rio de Janeiro, 25 jul. 2010a. O País, p. 16.

DILMA enfrenta manifestação de evangélicos no DF. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 25 jul. 2010b. Poder, p. A10.

DILMA diz que não sabia do esquema na Casa Civil. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 19 set. 2010c. Capa.

DILMA cai em todas as regiões e crescem as chances de segundo turno. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 28 set. 2010d. Capa.

DILMA tenta frear perda de voto com apelo à militância. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 29 set. 2010e. Capa.

DILMA interrompe queda. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 30 set. 2010f. Capa.

DILMA diz que não mudou sobre aborto. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 01 out. 2010g. Eleições 2010, p. Especial 10.

DILMA vai à igreja, Marina canta e Serra dança. **O Globo**, Rio de Janeiro, 02 out. 2010h. Capa.

DILMA muda discurso para melhorar a imagem. **O Estado de S. Paulo**. São Paulo, 10 out. 2010i. Nacional, p. A11.

DIRETOR dos Correios opera esquema no transporte aéreo. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 19 set. 2010. Capa.

DUARTE, Alessandra; VICTOR, Duilo. Aborto ofusca debate sobre as mulheres. **O Globo**, Rio de Janeiro, 07 out. 2010. O País, p. 14.

DUNLEY, Gláucia. Em busca de um direito justo. **O Globo**, Rio de Janeiro, 25 out. 2010. O País, p. 7.

DOMINGO, João. Dilma culpa Serra por boatos contra Petrobrás. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 09 out. 2010. Nacional, p. A10.

ERENICE se contradiz e agora admite reunião na casa civil. **O Globo**, Rio de Janeiro, 26 out. 2010. Capa.

FABRINI, Fábio; FORMENTI, Lígia. Ministro da Saúde descarta rever lei do aborto em vigor no Brasil. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 21 mar. 2013. Brasil. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,ministro-da-saude-descarta-rever-lei-do-aborto-em-vigor-no-brasil,1011646,0.htm>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

FALCÃO, Marcio. Em carta, Dilma não promete veto ao aborto. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 16 out. 2010. Poder, p. A10.

FARAH, Tatiana. Ações contra tentativa de cercear a imprensa. **O Globo**, Rio de Janeiro, 19 mar. 2010. O País, p. 19.

FHC acusa Lula de agir como “chefe de facção”. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 15 set. 2010. Capa.

FORMENTI, Lígia. Rede pública pode interromper gravidez após estupro desde 98. **O Estado S. Paulo**, São Paulo, 07 out. 2010. Nacional, p. A10.

FRANCINE, Soninha. Soninha e o aborto: “Discordo do meu candidato”. Entrevista a Mônica Bergamo. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 09 out. 2010. Ilustrada, p. A2.

FRANCO, Bernardo Mello. “Marina abandona ideias de campanhas anteriores do PV”. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 29 jul. 2010a. Poder, p. A4.

\_\_\_\_\_. Dilma diz que não mudou sobre aborto. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 1 out. 2010b. Eleições 2010, p. Especial 7.

FRANCO, Ilmar. Gays a Dilma e Serra: não esqueçam seu passado. **O Globo**, Rio de Janeiro, 16 out. 2010. Panorama Político, p. 2.

FREIRE, Flavio. Santinhos pró-Serra citam Jesus. **O Globo**, Rio de Janeiro, 16 out. 2010. O País, p. 11.

FRAUDES em série levam à quebra do sigilo fiscal da filha de Serra. **O Globo**, Rio de Janeiro, 02 set. 2010. Capa.

FREITAS, Carolina; ARRUDA, Roldão. Serra diz que petistas fazem espionagem. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 15 jul. 2010. Nacional, p. A4.

FREITAS, Janio de. Silêncios nos sigilos. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 02 set. 2010a. Poder, p. A6.

\_\_\_\_\_. Na porta de entrada. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 10 out. 2010b. Poder, p. A10.

FUNDAMENTALISMO nas eleições. **O Globo**, Rio de Janeiro, 08 out. 2010. Editorial, p. 15.

GASPARI, Elio. Mirian Cordeiro 2.0. **O Globo**, Rio de Janeiro, 10 out. 2010. O País, p. 7.

GUERREIRO, Gabriela. IR de tucano foi acessado “5 ou 6 vezes”, diz Receita. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 15 jul. 2010. Poder, p. A5.

GUIMARÃES, Larissa. Aborto tem que ser discutido em eleição, diz CNBB. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 22 out. 2010. Poder, p. A17.

HERDY, Thiago; GALDO; Rafael; REMÍGIO, Marcelo. Dilma visita capela e fala contra o aborto. **O Globo**, Rio de Janeiro, 08 out. 2010. O País, p. 12.

IBOPE mostra que Dilma para de subir, e Serra de cair. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 04 set. 2010. Capa.

LEAL, Luciana Nunes. Para evangélico, saída é a petista condenar o aborto. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 06 out. 2010. Nacional, p. A9.

LEÃO, Danuza. E por falar nisso. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 17 out. 2010. Cotidiano, p. C2.

LIMA, Maria. Agora programa do PT será contra aborto. **O Globo**, Rio de Janeiro, 07 out. 2010. O País, p. 10.

LIMA, Maria; CAMAROTTI, Gerson. Dilma diz que não há como proibir apoios. **O Globo**, Rio de Janeiro, 23 jul. 2010. O País, p. 16.

LO PRETE, Renata. Painel. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 29 out. 2010. Poder, p. A4.

LULA cobra ajustes na campanha de Dilma. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 06 out. 2010. Capa, p. A2.

MACHADO, Uirá. Petista perde voto entre eleitores evangélicos, segundo IBOPE. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 02 out. 2010a. Eleições 2010, p. Especial 8.

\_\_\_\_\_. Aumenta a rejeição ao aborto no país. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 11 out. 2010b. Poder, p. A8.

MAGALHÃES, Vera. Dos “sonhos delirantes” ao crivo de Marina, partido pode perder a essência. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 29 jul. 2010. Poder, p. A4.

MAGENTA, Matheus. Mensalão deve ser apurado, afirma a candidata. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 28 out. 2010. Poder, p. A10.

MAU sinal. **O Globo**, Rio de Janeiro, 17 jul. 2010. Editorial, p. 15.

MAYRINK, José Maria. Bispo recomenda a católicos que não votem em Dilma e no PT. **O Estado S. Paulo**, São Paulo, 01 out. 2010. Nacional, p. A9.

MELO, Ricardo. Império da mentira. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 19 out. 2010. Opinião, p. A2.

MENDES, Gilmar. Quebra de sigilo é fruto de “banditismo”, diz Mendes. Entrevista a Felipe Seligman. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 29 ago. 2010. Poder, p. A16.

MOTA, Carlos Guilherme Mota. O caminho é republicanizar a república. Entrevista a Gabriel Manzano. **O Estado S. Paulo**, São Paulo, 10 out. 2010. Nacional, p. A13.

MUNIÇÃO anti-Dilma é do próprio lulismo. **O Globo**, Rio de Janeiro, 14 out. 2010. Editorial, p. 6.

NA BAHIA, Serra diz ter ideias coerentes. **O Estado S. Paulo**, São Paulo, 09 out. 2010. Nacional, p. A8.

NEVES, Lucas. Biografia de Dilma na TV agora cita “sólida formação religiosa”. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 13 out. 2010. Poder, p. A8.

NÚCLEO da Receita no ABC devassou dados de 140. **O Globo**, Rio de Janeiro, 26 ago. 2010. Capa.

O PT tem uma gula infinita, diz Serra. **O Globo**, Rio de Janeiro, 23 jul. 2010. Capa.

OBSCURANTISMO. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 10 out. 2010. Editoriais, p. A2.

OPINIÃO flexível. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 06 out. 2010. Editoriais, p. A2.

PARA SERRA, fala de petista sobre o aborto revela “ambiguidade”. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 03 out. 2010. Eleições 2010, p. Especial 7.

PETISTA ligado a Dilma furtou dados contra Serra, diz jornalista. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 23 out. 2010. Capa.

PF investigará filho, mas poupa Erenice. **O Globo**, Rio de Janeiro, 15 set. 2010. Capa.

PLANEJAMENTO familiar é mais relevante. **O Globo**, Rio de Janeiro, 12 out. 2010. Opinião, p. 6.

POLÊMICA do aborto faz Dilma se explicar a líderes cristãos. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 30 set. 2010a. Capa.

POLÊMICA sobre aborto é “calhordice”, diz Ciro. **O Estado S. Paulo**, São Paulo, 07 out. 2010b. Capa.

PRESSÃO de bispos dá certo e papa interfere na eleição. **O Globo**, Rio de Janeiro, 29 out. 2010. Capa.

PROJETO que pune tráfico de influência parou no Planalto. **O Globo**, Rio de Janeiro, 19 set. 2010. Capa.



PT já discute retirar aborto do programa de governo. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 05 out. 2010. Capa.

RABELLO, João Bosco. Faltou sinceridade. **O Estado S. Paulo**, São Paulo, 16 out. 2010. Direto de Brasília, p. A10.

RACY, Sonia. A favor da solução. **O Estado S. Paulo**, São Paulo, 16 out. 2010. Direto da fonte, p. D2.

RECEITA afasta suspeita de quebrar sigilo fiscal de tucano. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 22 jul. 2010. Capa.

RIBEIRO, Silvia. Sob o tema "Defesa da vida", Campanha da Fraternidade condena aborto. **G1**, São Paulo, 6 out. 2008. Brasil. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,MUL289013-5598,00SOB+O+TEMA+DEFESA+DA+VIDA+CAMPANHA+DA+FRATERNIDADE+CONDENA+ABORTO.html>>. Acesso em: 20 jan. 2014.

ROCHA, Graciliano. Após críticas de religiosos, Dilma batiza o neto no RS. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 02 out. 2010. Eleições 2010, p. Especial 8.

RODRIGUES, Fernando. Nhô e Sinhá. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 13 out. 2010. Opinião, p. A2.

ROSA, Vera. Assessor de Lula busca aproximar Dilma de católicos. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 23 jul. 2010a. Nacional, p. A8.

\_\_\_\_\_. Polêmica do aborto leva Dilma à igreja. **O Estado S. Paulo**, São Paulo, 30 set. 2010b. Política, p. A4.

ROSA, Vera; ANDRADE, Renato. Na TV, Dilma falará em valorização da vida para driblar polêmica do aborto. **O Estado S. Paulo**, São Paulo, 06 out. 2010. Nacional, p. A8.

SAFATLE, Vladimir. O corpo como campo de batalha. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 13 out. 2010. Eleições 2010, p. Especial 3.

SAIBA o que Dilma, Serra e Marina já disseram sobre o aborto. **G1**, São Paulo, 7 out. 2010. Brasil. Disponível em: < <http://g1.globo.com/especiais/eleicoes-2010/noticia/2010/10/saiba-o-que-dilma-serra-e-marina-ja-disseram-sobre-o-aborto.html>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

SERRA afirma que Dilma muda de opinião segundo “vento do eleitorado”. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 08 out. 2010. Poder, p. A8.

SOB PRESSÃO, Dilma falará na TV em “valorização da vida”. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 18 ago. 2010. Capa.

SANT’ANNA, Lourival. Eleição mostra influência das igrejas. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 10 out. 2010. Nacional, p. A11.

SUWWAN, Leila. CNBB tira de site texto de bispo contra Dilma. **O Globo**, Rio de Janeiro, 23 jul. 2010. O País, p. 15.

TEMAS sensíveis. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 18 ago. 2010. Capa.

TEXTO de conferência da mulher defende o controle social da mídia. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 17 jul. 2010. Poder, p. A8.

TODO poder tem limite. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 26 set. 2010. Capa.

TOLEDO, Karina. Curetagem após aborto é a cirurgia mais realizada no SUS, revela estudo. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 14 jul. 2010. Nacional, p. A15.

TOLEDO, José Roberto de. Após polêmica, Dilma caiu entre os evangélicos. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 02 out. 2010. Nacional, p. A15.

TSE suspende serviço de mensagens contra Dilma. **O Globo**, Rio de Janeiro, 18 jul. 2010. O País, p. 15.

UM VICE ainda pouco afinado com Serra. **O Globo**, Rio de Janeiro, 25 jul. 2010. O País, p. 12.

VELOSO, Caetano. Aborto e o casamento gay. **O Globo**, Rio de Janeiro, 17 out. 2010. Segundo Caderno, p. 2.

VENTURA, Zuenir. Pacto sobre o aborto. **O Globo**, Rio de Janeiro, 13 out. 2010. O País, p. 7.

VICTOR, Fabio. Fé e família marcam a despedida na TV. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 1 out. 2010. Poder, p. E7.

WESTIN, Ricardo; COLLUCCI, Cláudia. Discursos sobre tema desagradam prós e contras. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 06 jul. 2010. Eleições 2010, p. Especial 6.

ZAMBELI, Fábio. Bispo diz que Dilma é pró-aborto e prega boicote em missas. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 23 jul. 2010. Poder. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po2307201023.htm>. Acesso: em 28 jan. 2014.