



CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

LIS CAROLINNE LEMOS

NÃO É PELA VIDA DAS MULHERES:
O ABORTO NAS ELEIÇÕES DE 2010

RECIFE
2014

LIS CAROLINNE LEMOS

***NÃO É PELA VIDA DAS MULHERES:
O ABORTO NAS ELEIÇÕES DE 2010***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito final para obtenção do grau de Mestre em Comunicação Social.

Orientação: Prof. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior, Dr.

RECIFE
2014

Catálogo na fonte
Andréa Marinho, CRB4-1667

L555n Lemos, Lis Carolinne

Não é pela vida das mulheres: o aborto nas eleições de 2010 / Lis Carolinne Lemos. – Recife: O Autor, 2014.
128p.: il.: fig. e quadro; 30 cm.

Orientador(a): Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior.
Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, CAC.Comunicação, 2014.

Inclui bibliografia.

1. Comunicação. 2. Eleições. 3. Aborto. 4. Feminismo. 5. Representações sociais. I. Pereira Júnior, Alfredo Eurico Vizeu (Orientador). II. Título.

302.23 CDD (22.ed.)

UFPE (CAC2014-89)

FOLHA DE APROVAÇÃO

Autora do Trabalho: Lis Carolinne Lemos

Título: “Não é pela vida das mulheres: O aborto nas eleições de 2010”

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, sob a orientação do Professor Dr. Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior

Banca Examinadora:

Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior

Heitor Costa Lima da Rocha

Ana Maria Da Conceição Veloso

Recife, 26 de fevereiro de 2014

A todas as mulheres que morreram ou tiveram
lesões em decorrência de abortos clandestinos.

AGRADECIMENTOS

Poderia começar estes agradecimentos por uma ordem geográfica ou cronológica, já que minha vida sofreu uma ruptura - muito desejada - em 2012, e eu saí do Cerrado brasileiro para cair, e me levantar, no Recife.

Começaria agradecendo às pessoas mais importantes e mais amadas da minha vida: minha avó, Joana, minha mãe, Abadia, e minha irmã, Ana Clara. Sou o que sou graças a elas, ao amor e à dedicação delas. Uma família de quatro mulheres, que, quando da minha vinda para o Recife, ficou menor, mas que soube se reinventar e me acalentou sempre que precisei, mesmo com uma distância de 2.500 km. A saudade é grande e de todo dia, mas saber do amor delas me faz seguir pelos caminhos desta vida.

Adotando o referencial geográfico, seguiria agradecendo pelas pessoas que estão lá, mais perto delas do que de mim: em Goiás. Aos demais familiares, minha tia querida, meu tio e padrinho, a minha bisavó e ao meu pai.

Às amigas e amigos, tantos e tantas, que eu conheci lá. Muitos e muitas estão em outras paragens, caminhando sobre outras terras mais distantes, mas alegrando e adoçando a minha vida, me fazendo menos só nesse mundo e sendo companhia nos momentos de copo e de cruz: Marina, Luana, Lourdes, Amanda, Giovanna, Maiara, Gisele, Marina, Gabriela, Carol, Bruna, Raisa, Larissa, Péricles, Mário, Paula. Se eu me esqueci de alguém, foi falta de lembrança e não de amor.

Às amigas e amigos deste lado de cá, que me acolheram, me convidaram para suas vidas e me chamaram de “amiga”. Com vocês descobri um mundo novo, espacial e politicamente falando. Sinto meu coração mais completo, mais amoroso com o mundo por saber que tenho vocês, me fazendo menos só nesse mundo e sendo companhia nos momentos de copo e de cruz: Nathália, Priscilla, Maitê, Shirley, Natália, Márcia, Adélia, Sheila, Andrea, Dani, Letícia, Luana, Karol, Andreia, Helena, Ana Célia, Luis. Se também me esqueci de outros nomes, é culpa da memória e não do afeto.

Ao namorado e companheiro, que acompanhou as angústias e alegrias deste mestrado. Por vezes assistiu de perto, em outras esteve mais distante, mas veio comigo até aqui. Releu meus capítulos, as matérias, me acalmou, comprou bolo de banana e está comigo construindo um novo amor. Paulo, que os dias nos sejam cheios de ventura daqui em diante.

A minha analista (não sei se existe ex-analista), Rita Francis, por me ajudar, ainda em 2011, a decidir um tema para a seleção de mestrado e me fazer descobrir que a pesquisa só deve ser feita com muito amor pelo que se faz.

Às muitas feministas que cruzaram, seguiram ou caminharam o meu caminho comigo. Ao Centro Popular da Mulher de Goiás, ao SOS Corpo. Às Blogueiras Feministas e ao Biscate Social Club.

Ao CNPq, aos colegas, professores e funcionários do PPGCOM. Ao orientador Alfredo Vizeu, pelas conversas e pelos muitos livros emprestados. Às professoras, Rose Cordeiro e Karla Galvão, do PPGPsi.

RESUMO

O aborto é um tema tabu na sociedade brasileira. Na campanha presidencial de 2010, no entanto, entre as suas várias peculiaridades, a discussão aberta sobre o aborto foi um dos pontos altos da cobertura jornalística do período. Ainda que o aborto já tenha sido explorado política e midiaticamente em outras eleições - a de 1989, com o suposto aborto que o candidato Lula teria obrigado uma ex-namorada a fazer, e em 1994 com a defesa da legalização do aborto no programa partidário do PT - em 2010, ele ganhou contornos mais fortes e foi central na mudança de comportamento de candidatos que estavam ávidos por votos. Assim, o candidato José Serra (PSDB) se colocou prontamente contra o aborto, falando até mesmo em carnificina; Marina Silva (PV) propôs um plebiscito como forma de se ausentar do debate, mas que teve ressonâncias negativas entre os grupos evangélicos que a apoiaram; e Dilma Rousseff (PT) viu o percentual de votos ser reduzido após ter sua imagem associada à de alguém que defendia a legalização do aborto. Para estancar o declínio dos votos, fez alianças com setores conservadores da sociedade, garantindo que não colocaria esse tema em votação caso fosse eleita. A midiaticização da política e das eleições, em particular, nos mostra que é necessário averiguar essas novas relações que são construídas entre o público e os candidatos. A cobertura dos jornais, tanto de circulação nacional quanto regional, primou por enquadramentos noticiosos que se aproximavam justamente das ideias defendidas por esses grupos. Ou seja, as notícias sobre o aborto focaram discussões de cunho moral e religioso. O feminismo há anos luta para que as mulheres possam decidir sobre suas vidas e que o debate sobre o aborto possa ser feito no campo dos Direitos Humanos. O objetivo da pesquisa é buscar pistas de como a imprensa representou socialmente o aborto na campanha presidencial de 2010, uma vez que pôs em xeque os concorrentes, incentivando-os a se posicionar sobre um tema polêmico na sociedade brasileira. O *corpus* da pesquisa compreende as edições do Jornal do Commercio (PE) e da Folha de São Paulo, entre os meses de setembro e outubro de 2010, que nos dá a possibilidade de analisar um extenso material, enfatizando principalmente o momento em que o assunto ganha mais relevância no agendamento da mídia.

Palavras-chave: Eleições. Aborto. Enquadramento. Feminismo. Construção da Realidade.

ABSTRACT

Abortion is a taboo topic in Brazilian society. In the presidential campaign of 2010, however, among its many peculiarities, the open discussion about abortion was one of the highlights of the journalistic coverage of the period. Although abortion has already been explored politically and by media in other elections - the 1989, with the alleged abortion that the candidate Lula would have forced an ex-girlfriend to do, and in 1994 with the abortion legalization defense in the PT party program - in 2010, he gained stronger contours and was central in the behavior changing of candidates who were eager to votes. Thus, the candidate José Serra (PSDB) readily placed himself against abortion, even talking in carnage; Marina Silva (PV) proposed a referendum as a way to be absent from the debate, but had negative resonances among evangelical groups who supported her, and Dilma Rousseff (PT) saw the percentage of votes to be reduced after your image associated with someone who advocated the abortion legalization. To stem the votes decline, she made alliances with conservative society sectors, ensuring that she wouldn't put this issue on the ballot if she were elected. The media coverage of politics and elections, in particular, shows that it is necessary to investigate these new relationships that are built between public and the candidates. The newspapers coverage, both national and regional circulation, excelled by news frames approaching precisely the ideas espoused by these groups. Namely, news about abortion focused discussions of moral and religious nature. Feminism for years fighting for women can decide about their lives and that the debate over abortion can be done in the field of Human Rights. The research objective is to seek clues as to how the press represented socially abortion in 2010 presidential campaign, once stagger competitors, encouraging them to stand on a controversial topic in Brazilian society. The research corpus comprises editions of *Jornal do Commercio* (PE) and *Folha de São Paulo*, between the months of September and October 2010, which gives us the opportunity to examine an extensive material, focusing mainly on the time at which the subject gains more importance on the media scheduling.

Keywords: Elections. Abortion. Framework. Feminism. Reality Construction.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 (1)- Teses e Dissertações Plataforma Capes.....	17
Figura 1 (5)- Mapa ilustrativo dos países onde o aborto é legalizado e onde é permitido	80
Figura 2 (6)- Processos de ancoragem e objetivação do aborto.....	95
Figura 3 (6)- ‘Deus, valores e defesa da vida marcam volta à TV’	96
Figura 4 (6)- ‘Braço da CNBB distribui panfleto anti-Dilma a fieis’	100
Figura 5 (6)- ‘Horário eleitoral acaba com Lula e Bento 16’	103
Figura 6 (6)- ‘Discursos sobre tema desagradam prós e contras’	105
Figura 7 (6)- ‘PT estuda tirar aborto de programa para estancar queda de Dilma entre evangélicos’	107
Figura 8 (6)- ‘Arcebispo defende discussão sobre prática’	109
Figura 9 (6)- ‘Aumenta a rejeição ao aborto no Brasil’	111
Figura 10 (6)- ‘Para arcebispo, aborto é assunto de eleição’	113
Figura 11 (6)- ‘Serra diz que Lula também privatizou’	117
Figura 12 (6)- ‘Comitê do PT tem panfleto contra mulher de Serra’	119
Figura 13 (6)- ‘Campanha de Serra nega relato de ex-aluna’	120

LISTA DE SIGLAS

AMIU	Aspiração Manual Intrauterina
CDD	Católicas pelo Direito de Decidir
CNBB	Confederação Nacional dos Bispos do Brasil
CP	Código Penal
CPI	Comissão Parlamentar de Inquérito
FBPF	Federação Brasileira pelo Progresso Feminino
ONGs	Organizações Não Governamentais
PC do B	Partido Comunista do Brasil
PEC	Proposta de Emenda Constitucional
PNAISM	Política Nacional de Atenção Integral à Saúde da Mulher
PNDH	Plano Nacional de Direitos Humanos
PSC	Partido Social Cristão
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PSOL	Partido do Socialismo e Liberdade
PT	Partido dos Trabalhadores
PV	Partido Verde
RS	Representações Sociais
STF	Superior Tribunal Federal
SUS	Sistema Único de Saúde

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 UM OLHAR SOBRE O JORNALISMO	19
2.1 O jornalismo e a construção da realidade	19
2.2 O jornalismo e visibilidade pública	26
2.3 O jornalismo e a objetividade possível	33
3 JORNALISMO E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS	41
3.1 Contextualizando as representações sociais	42
3.2 Ancoragem e objetivação	49
4 JORNALISMO E O ABORTO NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS	53
4.1 A centralidade do jornalismo	54
4.2 Panorama das eleições de 2010	61
4.3 Uma eleição, duas mulheres	64
4.4 Espetáculo ou mais do mesmo?	67
5 FEMINISMO E ABORTO	73
5.1 Gênero e sexo	74
5.2 Feminismo à brasileira	81
5.3 Discussões políticas sobre o aborto	85
5.4 Jornalismo e aborto	89
6 UM OLHAR SOBRE OS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E JORNAL DO COMMERCIO	92
6.1 Processos de ancoragem das Representações Sociais do aborto	93
6.1.1 Ancorando a legalização do aborto	96
6.1.2 Ancorando a criminalização do aborto	106
6.2 Processo de objetivação do aborto	115
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	122
REFERÊNCIAS	126

1 INTRODUÇÃO

Educação sexual para escolher

Contracepção para prevenir

Aborto legal para não morrer

Não saberia dizer como a epígrafe acima tão gritada, pronunciada, escrita e defendida por feministas chegou até mim. O fato é que ela está presente na minha vida desde que reivindiquei uma postura política no mundo: eu sou feminista. Entre as tantas lutas que nós feministas encampamos pelo mundo, a da legalização do aborto é a que toca mais diretamente meus sentimentos e a sede de outro mundo possível. Possível e melhor.

Lutar pela legalização do aborto, seja por meio de ações públicas, ou na pressão junto aos setores governamentais, sempre foi das coisas que mais me deram gana. As notícias de mulheres presas por abortarem, mortas pelo aborto inseguro ou de pessoas religiosas - geralmente, homens - contra a legalização sempre me doeram fundo. Eu ainda não sabia nomear, mas o sentimento de que eu também era violada estava ali presente.

Ao ler o que Danielle Ardaillon (2005) escreveu sobre a criminalização do aborto como uma negação dos Direitos Humanos das mulheres, entendi que era aquilo que eu queria dizer esse tempo todo, mas não tinha repertório suficiente para tal. A negação ao aborto não é só uma violência contra quem decide fazê-lo, mas um ultraje a todas as mulheres.

Após fazer um curso de extensão à distância, oferecido pela Universidade Federal da Paraíba e pelo Cunha Feminista¹, o desejo de me aprofundar sobre as questões dos Direitos Sexuais e Reprodutivos se tornou ainda mais premente. Depois daquele mundo descoberto, eu precisava dar vazão ao conhecimento e às dúvidas adquiridas. Daí, para chegar à consciência de que meu projeto de mestrado só poderia ser sobre aborto e mídia, foi um pulo.

Acompanhei de perto a campanha presidencial de 2010 - como repórter em Goiás e como feminista. Ali, ficou evidente, para mim, que alguma coisa estava fora da ordem. O respeito pela vida das mulheres, pela sua autonomia, estava sendo usado como moeda de troca - de votos e de apoios políticos. Frei Betto, ao afirmar que a Igreja Católica se portou de maneira “oportunista”² sobre o aborto durante a campanha, contempla meu entendimento.

O que muito me inquietava era o comportamento da mídia - dos jornais impressos, principalmente - durante a campanha. Sem cair no simplismo, como alerta Hall (1999), de que a mídia está a serviço dos grupos poderosos, este trabalho pretende fazer um estudo de caso

1 ONG feminista com sede em João Pessoa, Paraíba - <http://cunhanfeminista.org.br/>

2 Igreja introduziu vírus oportunista na campanha - Entrevista concedida à Folha de S. Paulo (24/10/2010). Acesso em 1º de julho de 2013.

da cobertura jornalística sobre o aborto nos meios de comunicação analisados: Folha de São Paulo (SP) e Jornal do Commercio (PE).

O objetivo da pesquisa foi buscar pistas de como a imprensa representou socialmente o aborto na campanha presidencial de 2010, uma vez que colocou em xeque as duas candidatas e o candidato, obrigando-os a se posicionar sobre um tema polêmico na sociedade brasileira. A análise das Representações Sociais permitiu compreender porque o jornalismo resgatou esse tema durante a campanha presidencial e qual foi sua postura.

O que vimos foi uma pressão pública para que o candidato e as candidatas se expressassem pessoalmente sobre a legalização do aborto em um momento importante da democracia brasileira. A cobertura midiática da campanha de 2010 fez do debate eleitoral uma extensão da vida pessoal dos candidatos. A discussão do aborto como causa de mortalidade materna, principalmente entre mulheres pobres e negras, o aborto como um Direito Humano defendido em plataformas internacionais não foram apresentados pela mídia e nem focados pelos candidatos. Esperamos com este trabalho contribuir no processo democrático brasileiro e na discussão do processo de produção de notícias.

O material coletado - 105 notícias e reportagens - mostrou que o sujeito político mulheres esteve alheio ao debate midiático. Essa ausência demonstra que para a mídia as mulheres ainda não são fontes confiáveis que podem falar sobre um processo que ocorre em seus corpos.

É importante salientar a especificidade do contexto político pelo qual o país passava no momento das eleições. O debate do aborto durante a campanha presidencial pode ser entendido como algo que ficou latente desde a elaboração do 3º Plano Nacional de Direitos Humanos (PNDH3), em 2009. Naquele momento, a Igreja Católica e demais setores religiosos se posicionaram contra o texto do documento, principalmente no tocante à legalização do aborto e à união civil de homossexuais. Os trechos referentes a essas duas questões foram retirados por pressão desses grupos, ainda que tenha havido resistência de setores organizados da sociedade, como a Articulação de Mulheres Brasileiras (AMB).

Colocar o tema do aborto na campanha presidencial tinha como estratégia reacender a polêmica do ano anterior e que causou furor nas igrejas. A hierarquia da Igreja Católica no Brasil estava organizada numa campanha contra a legalização da prática no país. Os três principais candidatos - Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT), José Serra, do Partido Social, Democrático Brasileiro (PSDB) e Marina Silva, do Partido Verde (PV) - estiveram a todo tempo tentando se livrar da pecha de serem favoráveis à mudança da lei. Como bem colocado por Ramos (2012), a estratégia era do “toma que o aborto é teu”.

No primeiro capítulo, discuti o jornalismo como uma instituição que possui legitimidade, historicidade e relevância perante a sociedade. Utilizando os conceitos de Berger e Luckmann (1995 e 2004) sobre a institucionalização e a construção de uma realidade social, parto da ideia de que o jornalismo é uma construção também. Os jornais estão escrevendo o mundo o tempo todo e por ele sendo escritos.

A produção de notícias - produto-fim de uma instituição de comunicação inscrita numa sociedade capitalista - obedece a algumas rotinas que muitas vezes passam despercebidas tanto por quem as escreve, quanto por quem as lê e interpreta. Compreendemos o mundo não em sua totalidade, mas em quadros que nos mostram fragmentos da realidade em que vivemos. Assim também opera o jornalismo, apresentando aos seus leitores recortes de um mundo de referência partilhado entre ambos. O jornalismo não apresenta o mundo tal como ele é, mas uma interpretação que faz dele.

Os conceitos de agendamento e enquadramento, tão próximos entre si, nos ajudam a localizar um dispositivo ideológico na feitura de notícias. A decisão sobre o que vai ser noticiado, com qual abordagem, quem serão as fontes entrevistadas, nos mostra que o trabalho jornalístico não é jamais isento, por mais que ainda as/os jornalistas recorram ao mito da imparcialidade como forma de legitimarem seu trabalho.

Sádaba (2007), Rodrigo Alsina (2009), Traquina (2000) e Gomis (1991), com suas discussões sobre agendamento e enquadramento na construção da notícia, são os autores que nos auxiliam nesta discussão. Partir do pressuposto de que o jornalismo faz uma interpretação da realidade e que está inserido numa lógica capitalista, nos ajuda a entender a forte similaridade entre as notícias veiculadas em diversos jornais. Embora seja a notícia o produto final do jornalismo, é o lucro o objetivo-fim de uma empresa.

O que é comumente chamado de mito da imparcialidade é a busca por uma objetividade pura, como se tal fosse possível numa estrutura de interpretação. Para Sádaba, a objetividade já é um aspecto da ideologia que está no fazer jornalístico. A contribuição de Hall (1999) e seu conceito de *primary definers* é essencial para este trabalho, visto que as relações de poder na sociedade podem ser apreendidas analisando quem tem voz e espaço nos meios de comunicação. Chamo de ter voz não apenas os que detêm o poder econômico, mas aqueles que possuem poder simbólico para se fazerem presentes nas notícias veiculadas.

As relações entre as diversas elites brasileiras resvalam também na relação que estas estabelecem com a mídia. Não podemos esquecer que junto às elites política, religiosa e financeira se une a elite midiática, que tem também interesse em manter o *status quo*. Aquilo que é agendado pela mídia obedece a muitos fatores, sendo o ideológico o mais importante. A

política editorial e o viés ideológico dos veículos são os primeiros fatores que determinam a produção e a veiculação de notícias.

No segundo capítulo, a discussão será feita sobre Representações Sociais (RS) e Jornalismo. As Representações Sociais dão conta do que acontece no cotidiano, no senso comum; como ele se cria e recria a sociedade. No caso deste trabalho, vamos analisar dois jornais impressos importantes, pois a comunicação social é um dos terrenos mais férteis das RS. Nóbrega (2003, p. 59) afirma que:

A comunicação social é relevante, sobretudo, enquanto condição determinante na formação do pensamento e representações sociais, quanto a especificidade de uma abordagem original das cognições, e ainda, no seu papel mediador entre os níveis interindividuais e o universo consensual instituído.

Os processos de ancoragem e objetivação pelos quais as Representações Sociais são formuladas, modificadas, traduzindo para o senso comum aquilo que ainda não é familiar, ocupam a nossa preocupação sobre o aborto no contexto de eleições. Entender em que categorias o aborto foi ancorado pelo jornalismo e como foi representado nas páginas dos dois jornais analisados é o nosso objetivo central.

A ancoragem é colocar o que ainda não foi classificado ou rotulado dentro de categorias que já existam e que já sejam partilhadas pelo senso comum. Objetivar é dar uma imagem a essa categoria, trazer para o campo do icônico. O jornalismo como espaço primordial do repositório do senso comum atua na disseminação e formação de novas categorias na sociedade. Ao mesmo tempo em que possui um poder para manter e reproduzir as representações sociais tal como estão - mantendo a hegemonia dos grupos poderosos - existe também espaço para atuar na desconstrução e modificação dessas categorias. Ainda mais quando elas dizem respeito a grupos políticos minoritários como as mulheres, negros e homossexuais.

Para tratar das Representações Sociais, Serge Moscovici (2011) é o autor central, pois é ele o formulador desse conceito. Guareschi (2000) também é uma fonte bibliográfica importante para este trabalho, pois leva o conceito de Moscovici para diversas análises sobre os meios de comunicação no Brasil.

No terceiro capítulo, pretendo situar a ligação entre eleições e jornalismo, mostrando como a relação entre o setor político e os meios de comunicação tem se tornado cada vez mais imbricada.

A espetacularização da vida social não é um fenômeno recente, embora a midiática o seja, ainda mais quando se trata de eleições majoritárias. Em um mundo midiático, o debate político sai das ruas, dos comícios, dos cafés e ganha os meios de comunicação, com grande destaque para a televisão e, mais recentemente, para a internet.

A midiática do debate político tem forte influência sobre aquela realizada nos espaços de convivência, como as ruas (RUBIM, 2002). Não se trata de negar a importância de outras formas de comunicação individuais para entender os processos políticos, principalmente as eleições, mas é certo que a comunicação cada vez mais se estabelece como espaço da política. O que se percebe é que a política está impregnada no campo midiático, buscando se adequar à sua linguagem e estética. Isso, no entanto, não pode ser levado como um processo em que a mídia seja utilizada de forma instrumental. Essa adequação midiática da política a transforma e faz com que novos atores e novas sociabilidades surjam.

Junto à midiática da política, temos também o que Gomes (2004) considera como “presidencialização das campanhas”, em que as campanhas eleitorais estão cada vez mais focadas em candidatos e candidatas que não representam o partido pelo qual disputam a eleição. A personalização das campanhas é uma prática cada vez mais comum no Brasil por diversos motivos. Um deles pode ser apontado como a colocação da política como algo próprio do consumo. Ou seja, mais importante do que as propostas políticas de cada candidato ou candidata, ou de cada partido ou grupo que os apoia, é a preocupação da cobertura jornalística, que está mais centrada na vida privada de cada um dos agentes que participam da “guerra eleitoral”, sobretudo das mulheres.

O quarto capítulo pretende contextualizar o cenário político em que as lutas feministas surgem no Brasil, bem como as discussões sobre os Direitos Sexuais e Reprodutivos, especificamente o aborto. A legalização do aborto é um assunto amplo e que pode ser discutido sob diversos prismas. Para este trabalho, foi eleito como primordial o debate entre setores organizados, como as igrejas e os movimentos feministas, sua consequência na política representativa e o enquadramento desses debates pelos meios de comunicação.

O movimento feminista brasileiro não é homogêneo, não tem os mesmos anseios, não atua de forma igual e é um espaço de disputa entre numerosos sujeitos sociais. As feministas negras, as lésbicas, as transexuais, apontam que por algum tempo o feminismo – e também o brasileiro – era, predominantemente, branco, heterossexual, cissexual, e de classe média urbana.

As feministas brasileiras colocam o aborto como pauta de reivindicações desde as organizações na década de 1980, pós-anistia, quando voltaram ao Brasil aquelas exiladas políticas que estavam na França – o chamado Círculo de Mulheres Brasileiras Paris. A feminista e atual ministra da Secretaria de Políticas para as Mulheres, Eleonora Menicucci (2005, p. 132), traz uma afirmação importante para situar o quanto a luta pela legalização do aborto é uma bandeira fundamental para o feminismo: “O aborto pode ser considerado como o divisor de águas entre o movimento de mulheres e o movimento feminista”.

Neste capítulo foi discutido como o jornalismo se comporta em relação ao tema. Para os veículos de comunicação, o aborto “entra na pauta” quando uma clínica clandestina é descoberta e fechada, quando uma mulher ou profissional de saúde são presos, ou por declarações da Igreja contra a prática. O aborto enquanto pauta de uma eleição foi um acontecimento interessante na cobertura da campanha presidencial, pois não costuma ser tratado por candidatos nesse contexto de disputa.

As eleições presidenciais já foram pautadas pelo aborto em outros momentos. O tom de conservadorismo que foi usado nos posicionamentos dos candidatos em 2010 também esteve presente nas eleições presidenciais de 1989 e de 1994. Na primeira eleição democrática após o fim da Ditadura Militar, o então candidato Luiz Inácio Lula da Silva, do PT, foi acusado de ter sugerido que uma ex-namorada fizesse um aborto. Já em 1998, a discussão foi retomada na pauta jornalística e política porque o PT havia incluído a legalização do aborto no programa de governo, mas acabou retirando para não ir de encontro aos princípios da Igreja Católica. Porém, a defesa da legalização do aborto continua a constar no programa partidário.

O tema do aborto é recorrente na mídia, encarado como polêmico e possível de alterar uma ordem estabelecida. Ou ainda como algo que deve ser “banido” ou que é “maldito”. Diniz e Castro (2011, p. 94) afirmam que a abordagem do aborto nos meios de comunicação brasileiros tende a seguir uma lógica centrada no jurídico-penal ou no moral e religioso. Sobre a relação entre mídia e aborto, Pinho (2012, p. 141) afirma que:

A importância da mídia centra-se justamente em sua capacidade de difundir representações sociais sobre um determinado tema - no caso, o aborto – e assim, reforçar ou incitar a crítica sobre determinados enquadramentos sobre o tema, o que pode afetar, diretamente, a forma como esses temas são compreendidos e trazidos – ou banidos – da esfera política.

O quadro Quadro 1 (1) ilustrado a seguir apresenta as teses e dissertações defendidas em que aborto se constitui como tema principal

Quadro 1 (1) Teses e Dissertações Plataforma Capes

Área de conhecimento	Total de trabalhos
Direito	66
Saúde	65
Psicologia	17
Sociologia	13
Antropologia	7
Serviço Social	4
História	4
Linguística	2
Educação	2
Demografia	1
Teologia	1
Economia	1
Políticas Sociais	1
Filosofia	1
Interdisciplinar das Ciências Humanas	1
Comunicação	1
Administração	1

Fonte: Elaborada pela autora (2013)

Estudar o aborto nos meios de comunicação é importante para a produção acadêmica sobre o assunto, já que a comunicação apresenta pouco interesse pela intersecção entre jornalismo e Direitos Sexuais e Reprodutivos. Segundo levantamento feito na Plataforma Capes, realizado em 2012, das 189 teses e dissertações encontradas sobre o assunto, apenas uma é na área da Comunicação.

No último capítulo foi feita uma análise das notícias e reportagens selecionadas nos jornais Folha de São Paulo e Jornal do Commercio. Iniciar a pesquisa em si, já com as leituras e os capítulos teóricos construídos, permitiu um olhar mais maduro sobre o objeto que se pretendia estudar. Desde o início de 2013 o corpus já estava coletado e as matérias já faziam parte do cotidiano do mestrado, mas ainda não havia me debruçado inteiramente sobre ele.

Somente ao ler cada matéria, uma por uma - duas, três, quatro até cinco vezes - algumas já decoradas, é que as categorias de análise apareceram aos meus olhos. Depois de escritas e colocadas em um gráfico e relendo as matérias já com os olhos embebidos delas, me veio a impressão de que elas sempre estiveram ali e eu é que não as enxergava. A partir desse momento, foi necessária certa dose de coragem para ler o que elas tinham a me mostrar e me deixar envolver por elas.

Digo isso, pois havia a hipótese - devido à leitura de pesquisas na mesma área e pelo acompanhamento dos fatos em 2010 - de que os jornais não primavam a cobertura do aborto pelos enquadramentos de saúde pública e muito menos de Direitos Sexuais e Reprodutivos.

Não é que a pesquisa tenha me mostrado justamente o contrário, mas percebi que houve momentos em que o debate conservador que se estabeleceu naquele instante não era a única face que aparecia nas matérias que li. E acredito que vale ressaltar uma reportagem veiculada pelo Jornal do Commercio, no dia 10 de outubro, pois foi a única que tratou do aborto dentro da categoria de saúde pública e Direitos Reprodutivos.

Centrada em termos quantitativos - até mesmo pelo volume de matérias encontradas - a análise de conteúdo realizada apresentou como o aborto foi ancorado e que representações sociais foram veiculadas pelos jornais. O grande número de matérias encontradas também é revelador da importância que o tema do aborto teve na campanha presidencial de 2010. Junto a cada categoria levantada dentro das duas ancoragens estabelecidas - legalização e criminalização - mostramos as representações apreendidas. São elas: *PT, Morte, Saúde Pública, Negação da Maternidade, Valores Cristãos, Vida, Conservadorismo, Família*.

2 UM OLHAR SOBRE O JORNALISMO

Às vezes eu desejaria que ela apenas se calasse e me deixasse andar em paz. Mas estou faminta por notícias, qualquer tipo de notícias, mesmo que sejam falsas notícias, devem significar alguma coisa (A história da aia - Margareth Atwood).

Selecionar, enquadrar, construir uma notícia. Estas são três ações básicas da/do jornalista que vai colocar no papel - no caso deste trabalho, vamos analisar jornais impressos - as informações consideradas mais relevantes pela organização em que trabalha. Partimos de uma perspectiva construtivista do jornalismo como uma prática social e cultural que ao mesmo tempo em que constrói uma realidade social é também construída por esta.

O jornalismo atua na construção do presente, ele não discorre sobre o passado ou sobre o futuro. Nem todos os fatos se tornarão notícias, somente aqueles que se enquadram no padrão de noticiabilidade dos jornalistas. Os jornais atuam como uma interpretação sucessiva da realidade para os cidadãos e cidadãs (GOMIS, 1991). Assim, as teorias do agendamento e do enquadramento ajudam a entender como se dá a construção de uma realidade em que certos fatos são tidos mais importantes que outros e são retratados com um enfoque específico.

Compreender que existem diversas realidades e que estas são construídas socialmente e que não são categorias ontológicas é uma das mudanças paradigmáticas das Ciências Humanas. A realidade social é uma elaboração e os/as jornalistas, por meio da seleção/exclusão que fazem dos acontecimentos, atuam de modo incessante para sua construção, ao mesmo tempo em que são constituídos por ela. Partimos de uma perspectiva construtivista para tratar da realidade social, baseada principalmente nas ideias de Berger e Luckmann (1995).

2.1 O jornalismo e a construção da realidade

Existe uma preocupação em entender a realidade social que é construída pelas pessoas e como ela atua sobre elas. O papel desempenhado pelo jornalismo e pelos/pelas jornalistas na sociedade deve ser compreendido como uma das formas de construção e apreensão da realidade social.

O conhecimento de uma realidade é determinado pelo seu contexto social. Contextos sociais distintos fornecem realidades e conhecimentos diferentes. Berger e Luckmann (1995) também apontam que a vida cotidiana costuma ser entendida como sendo a verdade absoluta acerca da realidade e não uma construção, pois é nela que as pessoas comuns operam e é nela que surge sua subjetividade. Entretanto, para os autores, “a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens (sic) e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um grupo coerente” (BERGER E LUCKMANN, 1995, p. 35).

A sociologia do conhecimento, da qual se ocupam Berger e Luckmann, incorpora o pensamento de fundamentação marxista de que a consciência do homem é determinada também pelo social. A sociedade é uma produção humana e o homem é uma produção social.

Entendendo a consciência como algo construído socialmente, a linguagem é o meio privilegiado de expressão desta. Bakhtin (2006 p. 32), autor de tradição marxista, corrobora com essa ideia ao afirmar que “a consciência só se torna consciência quando se impregna de conteúdo ideológico (semiótico) e, conseqüentemente, somente no processo de interação social”.

Tuchman (1978) também se apoia na ideia de realidade social construída e defende que a consciência é fruto da relação dialética entre subjetividade e interação com o mundo, por meio de uma intersubjetividade. Para a autora, as pessoas dão forma ao mundo social como fenômeno compartilhado. E acrescenta:

Por um lado a sociedade ajuda a dar forma à consciência. Por outro, mediante sua apreensão intencional dos fenômenos no mundo social compartilhado – mediante seu trabalho ativo – os homens e as mulheres constroem e constituem os fenômenos sociais coletivamente (TUCHMAN, 1978, p. 196, tradução nossa).

A realidade social só pode ser entendida em relação ao indivíduo. Os indivíduos fazem uso da linguagem como meio de representar as funções que impõem às coisas e aos acontecimentos. A institucionalização da vida social se dá graças à linguagem, pois sem ela não seria possível representar ou objetivar acontecimentos ou objetos que são importantes para a construção de uma realidade social.

A linguagem é entendida para Berger e Luckmann (1995, p. 56) como “o mais importante sistema de sinais da sociedade”, pois é por meio dela que se apreendem as tradições do passado e se transmitem os valores para as gerações futuras, fazendo possível a vida cotidiana. A linguagem tipifica as experiências sociais em categorias que têm sentido para o indivíduo e a coletividade.

O indivíduo compreende a linguagem como uma realidade inquestionável e exterior a ele, ou seja, aquilo que já existia antes dele e continuará a existir. Além disso, ela impõe uma ordem para que ele possa se fazer entender e se comunicar. A linguagem não só objetifica as experiências da vida cotidiana como permite suas tipificações. Assim, as experiências podem ser compartilhadas com os demais membros da sociedade.

O conceito de institucionalização proposto por Berger e Luckmann (1995) supõe que as atividades humanas que se transformam em hábitos e são compartilhadas por um grupo ou pela sociedade passam a ser controladas socialmente. O que inclui dizer que as pessoas só se desenvolvem como tais em interação com outros seres humanos. A institucionalização do hábito permite ao indivíduo que ele não tenha que refletir e escolher a cada ação desenvolvida. Os autores (1995, p. 80) afirmam que “dizer que um segmento da atividade humana foi institucionalizado já é dizer que este segmento da atividade humana foi submetido ao controle social”.

As instituições objetivam os significados sociais, que são aqueles construídos nas interações sociais e os transformam em regras ou em procedimentos que são usados para explicar suas ações. Embora as objetivações não estejam demarcadas o tempo todo na vida cotidiana, esta só é acontece graças a elas.

Tuchmann (1978), ao analisar o conceito de objetivação de Berger e Luckmann, mostra que os significados sociais podem ser codificados fora dos contextos em que foram desenvolvidos – assim como acontece com palavras e expressões. Quando isso acontece, “um procedimento pode passar a ser 'a maneira de fazer as coisas', ou seja, pode ser transmitido aos nossos sucessores como algo dado historicamente objetivo” (TUCHMANN, 1978, p. 209). Ela cita o exemplo de como a produção de notícias se apresenta de forma a-histórica para norte-americanos – embora, acrescentamos que para brasileiros também – e como isso impede a discussão de novas formas de produção de notícias.

Dessa forma, instituições se cristalizam com a aquisição de historicidade, legitimação e autoridade que justifiquem a sua existência. As instituições tipificam as ações habituais, bem como quem é responsável pelo quê, e são entendidas como acima dos indivíduos, pois “experimentam-se as instituições como se possuíssem realidade própria, realidade com a qual os indivíduos se defrontam na condição de fato exterior e coercitivo” (BERGER; LUCKMANN, 1995, p. 84).

Aqueles que tentam se desvirtuar do que foi estabelecido estão passíveis de sanção. Berger e Luckmann (1995) falam ainda dos mecanismos de controle social para que as instituições possam ser objetivadas e evitem quaisquer mudanças na ordem.

A prática do aborto, por exemplo, é um desvio de moral, para os que professam determinada religião, bem como um crime dentro do código de leis vigente no país. Partindo dessas perspectivas, as mulheres que abortam estão infringindo as instituições que têm autoridade e legitimidade para regular a vida em sociedade. Porém, mesmo dentro de um acordo de que o aborto é proibido, as mulheres o praticam ainda que colocando suas vidas em risco, pois entendem que a institucionalização da proibição é uma construção feita sem sua participação e que pode ser questionada.

Berger e Luckmann (2004) apontam que a transformação das instituições está associada com o declínio do cristianismo, e a influência da Igreja Católica, o que deu origem a diversas outras instituições. Os autores discutem sobre o pluralismo e, conseqüentemente, a crise de sentido pela qual passam os indivíduos após a Revolução Industrial. No entanto, ressaltam que esse não é um fenômeno típico da modernidade. Os autores afirmam (2004, p. 47) que “com referência ao mundo moderno isto significa que o declínio do cristianismo causou a crise moderna de sentido”. Ao passo que antigas instituições perdem o referencial de valores de uma sociedade e são ressignificadas, outras ganham espaço na vida social. Embora, a tendência das instituições seja de continuidade, elas não são irreversíveis, pois se encontram numa relação dialética com seus produtores.

Berger e Luckmann (2004) são pessimistas ao pensar na “crise de sentido do mundo moderno”, pois para eles há mais perdas quando os indivíduos não partilham de um repositório comum de crenças e valores. Para os autores, a institucionalização cria uma “facilidade” para os indivíduos, ao passo que naturaliza certas ações e os protege de ter que a todo o momento reinventar o mundo.

A instituição está ameaçada quando os indivíduos passam a questioná-la. Para Berger e Luckmann (2004), os meios de comunicação de massa são especialmente importantes para a comunicação de sentido das sociedades modernas. Os autores apontam que é por meio da mídia que a interpretação de realidade das mais diversas instituições que convivem na modernidade é transmitida a um número maior de indivíduos. É por meio dela que diferentes indivíduos têm acesso a semelhantes dados da vida cotidiana.

Os jornais estão entre os novos produtores de sentido, e são chamados por Berger e Luckmann (2004, p. 70) de “instituições secundárias”. Ou seja, “não estão, como antigamente, no centro da sociedade – assim como a Igreja ocupava o ponto central na aldeia –, mas desempenham funções mais limitadas e muitas vezes altamente especializadas” (2004 p.70). As sociedades modernas estão centradas na mídia.

Os meios de comunicação fazem uma interpretação da realidade social para o público, que pode tomá-la como verdadeira ou não. Vale ressaltar que não entendemos o público como formado por receptores passivos, como numa concepção adorniana, e, sim, que interagem para construir para si próprios o entendimento da notícia. Tal como Gomis (1991), acreditamos que o público interpreta as notícias a seu modo, podendo adotá-las ou refutá-las.

A reificação das instituições é uma preocupação que permeia o trabalho de Berger e Luckmann. Um dos processos pelos quais uma instituição passa para se estabelecer socialmente é a legitimação, que transcende o âmbito da vida cotidiana e passa a operar nos “universos simbólicos”. Assim, o risco de compreender a instituição como algo dado e não como produto da ação humana é eminente.

A reificação implica que o homem é capaz de esquecer sua própria autoria do mundo humano, e mais, que a dialética entre o homem, o produtor, e seus produtos é perdida de vista pela consciência. O mundo reificado é por definição um mundo desumanizado (BERGER; LUCKMANN, 1995, p. 123).

O questionamento sobre a tradição, a autoridade e a legitimação das instituições permitem que os indivíduos percebam o caráter humano das mesmas. Bem como as instituições, os papéis que as pessoas ocupam nas instituições também podem ser reificados. Berger e Luckmann (1995, p. 125) citam uma frase do senso comum para exemplificar o modo como os papéis sociais são entendidos como fatídicos: “A fórmula paradigmática desta espécie de reificação é a proposição 'não tenho escolha neste assunto, tenho de agir desta maneira por causa da minha posição', seja como pai, general (...) tal seja o caso”.

Podemos pensar essa frase sendo reiterada na reificação da prática de produção jornalística que não questiona as escolhas dos assuntos e os enquadramentos das notícias. Por outro lado, temos também mulheres que, mesmo sujeitas a sanções morais e penais, realizam o aborto como demonstração de escolha e autonomia sobre suas vidas. É necessário lembrar que um mundo social criado pode ser debatido e transformado, como, por exemplo, o sistema de leis de um país.

A institucionalização do jornalismo confere legitimidade à construção da realidade que ele apresenta. Por meio da seleção de elementos que serão noticiados os/as jornalistas criam uma realidade que passa a ser partilhada por todas as pessoas. Ao mesmo tempo, o campo jornalístico é também modificado, numa relação dialética. Para Rodrigo Alsina (2009, p. 299), “a notícia é a representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível”.

Para entender a construção da notícia, é preciso compreender que tanto ela quanto o acontecimento estão inseridos na mesma realidade, a que o autor denomina de “mundo real”. Ao interpretar a realidade, o jornalista e a jornalista adotam um modelo de referência. É esse “mundo de referência”, conforme Alsina (2009), que permite determinar a importância social do acontecimento.

O mundo possível é o mundo narrativo construído pelo jornalista e pela jornalista a partir dos outros dois mundos. Esse mundo possível tem um efeito de realidade, já que é a sua versão de realidade. “O enunciador deve fazer com que pareça verdade o mundo possível que ele mesmo constrói. E para isso lança mão das marcas de veracidade que lhe permitem criar uma ilusão de referência, que é a condição necessária para a virtualidade do discurso” (ALSINA, 2009, p. 310).

Como observa Tuchman (1983, p. 210), “a notícia reproduz a si mesma como algo historicamente dado”. Acrescenta a autora: “ela não só define e redefine, constitui e reconstitui significados sociais; também define e redefine, constitui e reconstitui maneiras de fazer coisas: os processos existentes nas instituições existentes”.

Para a autora, a notícia não é espelho da sociedade, é, antes, parte da constituição desta. A notícia registra a realidade social ao mesmo tempo em que é um produto dela. Ao transformar um acontecimento em notícia, o jornalismo define e dá forma a esse acontecimento. Tuchman (1978, p. 198) cita o exemplo das primeiras notícias sobre o feminismo que tratavam as feministas como “ridículas queimadoras de sutiãs”.

O jornalista e a jornalista passam a ser agentes sociais que têm legitimidade para produzir significados relevantes para a sociedade a partir dos meios de comunicação. Rodrigo Alsina (2009) conceitua essa institucionalização como “contrato pragmático fiduciário social” entre jornalistas e seu público, que tem uma historicidade e que se autolegitima. Esse contrato apontado pelo autor pode ser entendido como uma relação de confiança estabelecida entre o jornalista e o público para o qual se dirige. Quando essa relação de confiança é quebrada, quando a credibilidade do jornalista é afetada, o contrato está desfeito.

Rodrigo Alsina (2009) argumenta que os acontecimentos são noticiados dependendo da realidade social em que estão inseridos e que estão relacionados com quem detém o poder. O que será definido como acontecimento ou notícia depende do sistema em que está inserido. No entanto, Alsina define que acontecimento é a mensagem recebida e que notícia é a mensagem emitida e que com a historicidade pela qual passou a imprensa, ela deixou de ser uma comentadora de notícias para ser uma descobridora. Gomis (1991), porém, afirma que o papel do jornalista é mais do que descobrir notícias, é selecioná-las.

Para Tuchman (1978), a ideia de que a notícia constrói a realidade social e é construída por ela pode ser entendida na perspectiva de que nem todos os acontecimentos se transformam em eventos noticiáveis e que a notícia possui um caráter público. Para exemplificar, a autora cita o caso Watergate, que só teve existência pública quando a informação foi publicada nos jornais. Tuchman (1978, p. 204) afirma: “Os meios foram parte essencial do drama de estruturar e distribuir informação que passaria a ser a base para dar forma ao conhecimento”.

Partindo da ideia defendida por Tuchmann, podemos acrescentar que o debate sobre o aborto durante a campanha presidencial de 2010 também só teve existência pública quando passou a figurar nas notícias e reportagens. Até chegar aos jornais, a campanha contra a legalização do aborto já estava presente em igrejas e na internet. Já havia discussão sobre o tema, inclusive propondo boicote a candidata Dilma Rousseff (PT), que era apresentada como favorável à legalização do aborto. A partir do momento que o debate sobre o aborto chegou aos jornais, os candidatos tiveram que se posicionar diante dele.

Esse caráter público da notícia só é possível, segundo Tuchmann (1978, p. 16), porque a notícia “é primeiro e primordialmente uma instituição social”. Para defender essa afirmação, a autora apresenta três argumentos. O primeiro deles é que a notícia é um método de fazer com que as informações cheguem a consumidores. O segundo é que a notícia é uma aliada das instituições legitimadas, como os governos e mantém uma relação com estes, diferente da que mantém com cidadãos e cidadãs “médios” - na palavra da autora. O terceiro argumento se baseia na ideia de que as notícias são produtos de determinados profissionais – jornalistas – que trabalham em organizações, seguindo práticas e rotinas próprias. Tuchmann (1978, p. 16) conclui que a notícia “é o produto do profissionalismo e que se arroga o direito de interpretar o que ocorre todo dia aos cidadãos e a outros profissionais”.

Na sociedade capitalista em que vivemos, existe um forte apelo ao consenso, como se todos desfrutassem e estivessem inseridos numa mesma realidade, com a mesma gama de oportunidades e visões. O jornalismo atua sobre a base de um consenso de valores, definindo que existe uma realidade que é partilhada igualmente por todos os membros da sociedade. Esse suposto consenso é importante para entender a ideologia segundo a qual os meios de comunicação operam.

A imprensa alega ser objetiva e estar fora do julgo dos poderosos; é, portanto, livre. Porém, conforme defende Hall (1999, p. 236):

Os media ajudam a reproduzir e a manter as definições da situação que favorecem os poderosos, não só recrutando ativamente os poderosos nas

etapas iniciais onde os tópicos são estruturados, mas favorecendo certas formas de expor tópicos e mantendo certas áreas estratégicas em silêncio.

Hall (1999) afirma que os meios de comunicação são as instituições mais ancoradas nesses supostos consensos e que, caso haja divergências, eles são o espaço por excelência para uma reconciliação. “Se existirem algumas divergências, diz-se, existirão meios legítimos e institucionalizados para as expressar e reconciliar” (HALL, 1999, p. 227).

Os fatos são a matéria-prima do jornalismo, pois rompem com a continuidade do cotidiano, é um acontecimento disruptivo. Ao contrário do que acontecia no início da imprensa, atualmente os fatos são extremamente volumosos. Nas eleições de 2010, o fato como antítese do cotidiano ficou claro. O esperado era a disputa entre os candidatos por meio de suas propostas. No entanto, a partir do momento em que o aborto entrou na discussão, criou-se um fato. Esse passou a ser a pauta de cobertura das eleições pelos jornais brasileiros. O aborto quebrou a linearidade da disputa eleitoral daquele momento. “A sociedade da mídia poderia ser definida como uma sociedade 'que faz acontecer'. Ocorreu uma multiplicação dos acontecimentos tanto na quantidade quanto no tipo” (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 126).

Gomis (1991) aponta ainda que os fatos que atraem mais atenção da mídia são aqueles que têm maior probabilidade de repercussão no futuro. Ele afirma que, “notícia é a versão jornalística de um fato capaz de ter repercussões” (GOMIS, 1991, p. 49, tradução nossa). Para o autor, o jornalismo pode ser visto como um método de interpretação sucessiva da realidade social.

2.2 O jornalismo e visibilidade pública

No mundo midiático não é difícil supor que a percepção que os sujeitos têm da realidade está ligada pela interpretação do mundo pelos meios de comunicação e pelo jornalismo. Dessa maneira, as teorias do agendamento e do enquadramento - ou *framing* - ajudam a entender como se dá a construção de uma realidade em que certos fatos são tidos mais importantes que outros e são retratados com um enfoque específico. Aliado ao agendamento está o enquadramento dado às notícias. Por agenda-setting, entendemos a possibilidade que os meios de comunicação têm de estabelecer ou fixar a agenda do público. No entanto, desde que surgiu, na década de 1970, a hipótese da agenda-setting sofreu modificações. Atualmente, entende-se que o agendamento midiático deve ser analisado à luz das especificidades dos meios de comunicação e do público.

O conceito de agendamento está ligado ao de *framing*. As teorias do agendamento e do enquadramento ajudam a entender como se dá a construção de uma realidade em que certos fatos são tidos mais importantes que outros e são retratados com um enfoque específico. Ou seja, entendemos que a agenda-setting é a hierarquização dos assuntos pelos meios de comunicação e o enquadramento é a maneira pela qual esses assuntos são tratados nas notícias. Sádaba (2007, p. 79, tradução nossa) aponta que “a agenda-setting está relacionada com a transferência e a acessibilidade; o framing com a interpretação do mundo”.

Traquina (2000, p. 17), ao expor sobre a teoria do agendamento, afirma que a imprensa:

pode, na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, mas tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus leitores sobre o que pensar. O mundo parece diferente a pessoas diferentes, dependendo do mapa que lhes é desenhado pelos redatores, editores e diretores do jornal que leem.

Ainda que o paradigma de que o jornalismo apresenta o real tal qual ele é esteja em decadência das pesquisas de comunicação, Traquina (2000) afirma que os enquadramentos aparecem invisíveis aos jornalistas e ao próprio público. Os enquadramentos são uma estratégia de interpretação da realidade da qual jornalistas se utilizam. Estes aparecem como maneiras naturais de se construir uma notícia, ou seja, podemos dizer que há uma reificação dessa prática, pois esta não é concebida como parte de uma de construção social do fazer jornalístico.

A discussão do público sobre determinado tema é o que aponta se o trabalho da produção de notícias foi exitoso. Traquina (2000, p. 131), ainda em defesa da teoria da agenda-setting, afirma que “o agendamento é bastante mais (sic) do que a clássica asserção de que as notícias nos dizem sobre o que é *que devemos pensar*. As notícias dizem-nos também *como devemos pensar sobre o que pensamos*” (grifo do autor).

Rodrigo Alsina (2009) aponta que é necessário ir além da teoria inicial do agendamento e que é preciso analisá-la não só nos seus efeitos perante o público, mas também na produção das notícias, o que o autor chama de “construção do temário”. Para ele, é na política que a tematização mostra sua importância. Sádaba (2007) também faz a defesa de uma análise para além da agenda-setting. Segundo a autora, enquanto esta está preocupada com a notícia em si, a agenda *building* – ou *construção de agenda* – vai se preocupar com aquilo que precede a sua feitura e como os enquadramentos são gerados. “No desenvolvimento da agenda building se reflete a competência de significados na sociedade,

que faz que atores políticos, associações, cidadãos, disputem um lugar na agenda dos meios” (SÁDABA, 2007, p. 75, tradução nossa).

Pensar as jornalistas e os jornalistas como construtores de uma realidade social específica, uma vez que selecionam os fatos que se transformarão em notícia, é pensar também como será a recepção de seus leitores. Gomis (1991) defende que uma forma de avaliar o impacto de uma notícia, é perceber como as pessoas interagem sobre aquele fato que está ali comunicado e que reflitam sobre seu significado, o que se dá na interação.

Sádaba (2007) aponta que os indivíduos se utilizam de enquadramentos para dar sentido a sua vida em coletividade, de acordo com o mundo de referência que compartilham. A utilização de enquadramentos acontece também na produção de notícias nos meios de comunicação. A autora explica que “os enquadramentos são entendidos nos meios de comunicação como parte do processo de significação da notícia” (2007, p. 49, tradução nossa). O enquadramento da notícia, ou seja, aquilo que o jornalista determina como ponto principal do que vai transmitir, permite investigar quais atributos são relevantes para aquele veículo e como o assunto deverá ser levado ao público leitor.

A interpretação da realidade pode ser explicada por meio dos enquadramentos. Para Tuchman (1978), “a notícia é uma janela para o mundo”, com isso, a autora inaugurou o conceito de quadros no jornalismo, baseada nas ideias do sociólogo Irving Goffmann. Tuchmann (1978, p. 13) segue seu pensamento afirmando que “a visão através de uma janela depende da janela ser grande ou pequena, ter muitos ou poucos cristais, do vidro ser opaco ou claro, da vista ser uma rua ou um pátio”.

Sádaba (2007) lembra que Tuchman foi criticada pelo uso de sua metáfora ao passar a impressão de que os meios de comunicação não atuam na construção desses quadros. Porém, essa crítica não se aplica, uma vez que em sua obra a autora não se esquece das relações entre meios de comunicação e realidade, durante o processo de seleção dos quadros.

Um dos pontos mais importantes levantados por Tuchman (1978) é a possibilidade de pensar os enquadramentos como formas dos/das jornalistas organizarem a realidade para criar as notícias. “As noções de noticiabilidade recebem suas definições em cada momento: como, por exemplo, quando os responsáveis pelo jornal negociam que itens vão para a primeira página” (TUCHMAN, 1978, p. 197, tradução nossa). Sobre isso, Sádaba (2007) lembra que o desenvolvimento teórico de Tuchman foi pioneiro ao tratar os meios de comunicação de acordo com sua lógica interna e não como agente sociais “todo poderosas” – nas palavras da autora – fora de uma realidade partilhada.

Existem diversos fatores que influenciam nas abordagens das notícias. Tuchman (1978) apresenta esses dados que vão desde o lugar de cobertura (internacional, nacional ou regional), em que editoriais serão veiculadas, quem decide o que cobrir (se o editor de redação ou da editoria) até o momento em que acontece o fato. Essas condições atuam na construção do enquadramento que a/o jornalista vai “moldar o mundo social e oferecê-lo ao seu público”. (SÁDABA, 2007, p. 89, tradução nossa).

Sobre os enquadramentos, Hall (1999, p. 228) comenta:

Os media definem para a maioria da população os acontecimentos significativos que estão a ter lugar, mas também oferecem interpretações poderosas acerca da forma de compreender estes acontecimentos. Implícitas nessas interpretações estão as orientações relativas aos acontecimentos e pessoas ou grupos nelas envolvidos.

Para analisar os enquadramentos ou *frames* é necessário entender o contexto em que as notícias são produzidas e a relação entre eles e a vida cotidiana. “Na medida em que os frames se adequam aos símbolos, sua capacidade de se infiltrar na audiência é maior” (SÁDABA, 2007, p. 153, tradução nossa). Com isso, devemos pensar que há uma preocupação do jornalismo em representar a realidade, não só de acordo com o que lhe convém, mas muito mais preocupado com o universo simbólico do público.

A cobertura dos jornais impressos sobre o aborto durante a campanha presidencial de 2010 seguiu enquadramentos que em muito dialogam com a ideia de um público – e um eleitorado conservador. Pesquisa feita em outubro de 2012 sobre as reformas no Código Penal pelo Senado Federal apontava que 82% da população era contra a realização do aborto quando uma mulher não quiser ter o filho.

A institucionalização das práticas e das rotinas jornalísticas, bem como do seu papel social, permite que o jornalismo seja visto como um construtor da realidade, atuando sobre e por ela sendo modificado. O jornalismo é um espaço de mediação entre a realidade social, os acontecimentos e o público. A seleção dos fatos que serão noticiados, a maneira como chegarão ao público, fazem parte do enquadramento que a mídia faz da realidade para que ela caiba em algumas páginas de jornal ou em alguns minutos do telejornal.

O título, o espaço destinado ao material, fotos, fontes entrevistadas, são instrumentos que permitem ao jornal construir a notícia que pretende fornecer aos seus leitores e leitoras. Nota-se, no caso do enquadramento das notícias sobre o aborto, segundo o estudo de Fontes (2012), uma predileção por vozes religiosas.

Ao selecionar as fontes de determinada notícia, no processo de produção, passando pelas fotos e o título, na publicação, tudo isso está inserido num contexto de construção de

realidade que o veículo quer mostrar a seu público. Sádaba (2007, p. 103) afirma que “nos frames se pode adivinhar quais são os princípios que regem e ordenam a notícia (...) estes princípios se baseiam nas relações entre frames, fontes e interesses. Quer dizer, o framing estrutura o conhecimento social”.

A maneira como os títulos são postos nas notícias representa a tendência do jornalismo em atuar na construção de um eterno presente. É também uma forma de resumir a realidade social que envolve o leitor e leitora. Embora, carregue os verbos no tempo presente, o que se lê no corpo da notícia pode estar tanto no passado quanto no futuro. “O que importa não é quando as coisas acontecem, sim quando as dizemos, quando as apresentamos. Isso é o que forma o presente social” (GOMIS, 1991, p. 40, tradução nossa).

Ainda que possamos apreender os enquadramentos das notícias analisando elementos verbais e gráficos, isso ainda é dizer pouco sobre o que são os framings. Sádaba (2007) aponta que é necessário compreender o conteúdo latente da notícia, que vai além dos títulos, lides e fotos. A análise de contexto em que se produzem as notícias é um importante meio de capturar os enquadramentos. Sádaba (2007) argumenta que os frames “não aparecem só nos textos, como de algum modo se encontram no emissor, no receptor e na cultura onde aparece a mensagem” (SÁDABA, 2007, p. 95, tradução nossa).

Uma forma de compreender porque certos fatos se transformam em notícias é entender o seu caráter político. Traquina (2000, p. 21) afirma que “uma questão surge quando há pelo menos duas utilizações opostas envolvendo pelo menos duas partes com acesso aos media”. Durante a campanha presidencial de 2010, o então candidato José Serra se colocou como contrário à legalização do aborto, ao mesmo tempo em que a adversária Dilma Rousseff seria favorável à prática.

Na relação entre o campo político e o campo jornalístico, Bourdieu (1997) argumenta que ambos estão estreitamente ligados devido a permanente sanção que podem sofrer, seja por meio do mercado seja das eleições. Isso faz com que a relação seja de proximidade entre ambos, mais do que com a sociedade que os legitima. Dessa forma, de acordo com o autor, os políticos estariam mais inclinados a se submeterem às pressões da “maioria”, que está representada nos meios de comunicação. Essa reivindicação pode até não ser legítima, mas assume esse caráter mobilizador em consequência do espaço que os meios de comunicação lhes garantem.

A possibilidade de que a notícia esteja a serviço de um ator político ou grupo de pressão que quer obter vantagem é explicitada por Gomis (1991). Para o autor (1991, p. 63, tradução nossa), “a notícia é já uma interpretação de um fato, porém a interpretação da notícia

será melhor se nos perguntarmos a quem ela favorece ou prejudica, como pista para averiguar quem pode ser a verdadeira fonte”.

Traquina (2000) defende que os meios de comunicação podem pautar as agendas de campanha dos candidatos, ainda que não possam se assegurar da influência nos seus resultados. Segundo o autor, os meios podem dar mais relevância a uma discussão no debate político do que a outro, fazendo com que isso reverbere na sociedade. Sobre isso, Sádaba (2007) afirma que o êxito dos enquadramentos depende de cada indivíduo.

Também analisando a influência do jornalismo em campanhas eleitorais, Gomis (1991, p. 157, tradução nossa) afirma que, “ao estabelecer, por exemplo, a agenda de uma campanha eleitoral, os meios influenciam cognoscitivamente nas audiências e as persuadem de que aqueles são os grandes temas da campanha e não outros”. É a partir da leitura e das discussões intersubjetivas dessas notícias que as pessoas podem se sentir inseridas na sociedade e também produtoras de suas realidades. Concordamos com Gomis quando ele afirma que:

Nem todas as repercussões que uma notícia tem na sociedade ficam registradas nos meios de comunicação, porém são suficientes para apreciar a influência das notícias na sociedade e para julgar os acertos e os erros dos meios em prever repercussões que terão os fatos que escolhem para difundir como notícias (GOMIS, 1991, p. 113, tradução nossa).

Para entender a influência de certos temas perante a sociedade, é preciso ter clareza de que isso acontece quando os diversos veículos realizam sua cobertura. Rodrigo Alsina (2009) vai chamar isso de “sistema informativo”. Para ele, é só a partir do momento que diversas mídias se interessam por um assunto que ele se torna um tema de relevância. “Um tema que se repete por diversos meios de comunicação entra no circuito da atenção do público através do efeito da adição ou do eco” (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 193).

Conforme Gomis (1991), a coincidência de um fato ser escolhido para se tornar notícia em meios de comunicação diferentes é mais um acerto do que um erro. Isso demonstra que os jornais operam segundo uma lógica de dar relevância aos mesmos temas. Porém, devemos ter clareza de que dentro desse sistema informativo, conforme estabelece Rodrigo Alsina (2009), os veículos estão em relação de concorrência e não de camaradagem.

Mesmo existindo uma relação de concorrência, Rodrigo Alsina (2007) afirma que, apesar das suaves diferenças, as notícias tendem a seguir uma “homogeneidade do discurso”. Bourdieu (1997, p. 108) aponta que “a concorrência, longe de ser automaticamente geradora de originalidade e de diversidade, tende muitas vezes a favorecer a uniformidade da oferta”. Os jornais tendem a falar e a silenciar sobre os mesmos assuntos.

Pensando a concorrência dentro do campo jornalístico, Bourdieu (1997) expõe que as notícias são um bem de consumo perecível e que isso impõe certas prioridades no fazer jornalístico. O autor conceitua essa busca excessiva pela novidade, pela atualidade, pelo “furo” como mais um efeito do campo jornalístico, pois essa disputa passa despercebida pelo leitor, tendo sua existência circunscrita ao mundo dos jornalistas. Essas práticas estão inseridas na dinâmica da produção e veiculação das notícias.

A política editorial e o viés ideológico dos veículos são os primeiros fatores que determinam a produção e a veiculação de notícias. As empresas de comunicação estão inseridas num sistema capitalista e têm como preocupação primordial o lucro. Rodrigo Alsina (2009, p. 202) assinala que “a decisão produtiva do fim é mais no sentido organizacional do que no pessoal, pois embora a rubrica final possa ser a de um jornalista concreto, no entanto, esse produto final passou por uma série de filtros antes de sua publicação”.

Bourdieu (1997, p. 106) afirma que o campo jornalístico “está permanentemente sujeito à prova dos vereditos do mercado, através da sanção, direta, da clientela ou, indireta, do índice de audiência”. Isso influencia diretamente no trabalho do jornalista que é membro de determinada empresa. O agendamento e o enquadramento da mídia também estão sujeitos a essas pressões econômicas, políticas e simbólicas, que vão influenciar na feitura das notícias.

Ao tratar do campo jornalístico, é necessário fazer uma distinção entre a estrutura da organização e daquelas pessoas que são as produtoras de notícias. Embora trabalhem com certa autonomia, os jornalistas sofrem pressão de acordo com a empresa para qual trabalham. Os produtos de comunicação que chegam até o público carregam atrás de si uma organização inserida num sistema de economia de mercado, cujo objetivo final é o lucro. Por oferecerem como produto a informação e, conseqüentemente, conhecimento sobre a vida cotidiana, os jornais sofrem não apenas pressões econômicas, mas também políticas.

Ainda que concebamos que o jornalismo possui uma distância em relação ao seu público “mais ou menos grande, mais ou menos difícil de superar e mais ou menos inaceitável”, conforme Bourdieu (1997, p. 114), não podemos esquecer que ele não é um espaço uno, em que só a visão hegemônica é retratada. Alsina (2009) remete ao que denomina “fendas da mídia”. Ou seja, embora controlem seus produtos - as notícias -, os meios de comunicação veiculam informações alternativas que estão fora do arcabouço hegemônico.

O que Bourdieu conceitua como “campo jornalístico”, Alsina considera como “sistema comunicativo”, que são estruturas onde os jornalistas estão inseridos. Embora compreendamos que a institucionalização da imprensa se fez por uma tradição, historicidade e

legitimação que determina a feitura de seu produto final - que é a notícia -, é necessário discutir como o jornalista está inserido dentro desse universo.

O papel do jornalista como construtor da realidade foi institucionalizado, bem como as dinâmicas de sua produção. Conforme Berger e Luckmann (1995) alertam, toda institucionalização corre o risco de ser reificada, logo o jornalista está inserido nessa possibilidade. Bourdieu (1997) trata disso quando afirma que os jornalistas mais experientes estão mais dispostos a participar da dinâmica estabelecida, sem questioná-la. Esse questionamento seria mais propício aos jovens jornalistas, que estariam mais aptos “a opor os princípios de os valores da 'profissão' às exigências, mais realistas ou mais cínicas, de seus 'veteranos'” (BOURDIEU, 1997, p. 106).

Hall (1999, p. 236) alerta para o fato de que as práticas jornalísticas estão tão enraizadas, “tão profundamente embutidas nas próprias formas de comunicação que são utilizadas que são dificilmente visíveis, como construções ideológicas: Que mais poderia ser dito deste tópico, que não tenha já sido dito?”.

Rodrigo Alsina (2009) levanta uma crítica ao modelo de estudo da profissionalização jornalística, muitas vezes entendida como uma atividade puramente técnica. Para o autor, a mídia deve ser entendida de acordo com seu papel de construção social da realidade. Isso implica conceber o jornalismo como profissão institucionalizada e seu trabalho de re-objetivar e re-construir as objetivações já existentes, tendo a publicação da notícia como seu objetivo final. Mais do que fazer a mediação entre uma realidade e o público, o jornalismo faz uma representação social da realidade.

2.3 O jornalismo e a objetividade possível

Dentro do modelo capitalista em que estamos situados, a estratégia que o jornalismo utiliza para se autolegitimar é a busca pelo ideal de objetividade. Rodrigo Alsina (2009, p. 251) expõe que “o conceito de objetividade que o capitalismo divulga é a descrição dos principais fatos desvinculados das relações de classe em que acontecem”. O debate sobre a objetividade não leva em conta enunciador ou receptor, apenas o fato, como se este não fosse uma interpretação da realidade. É importante lembrar também que o que se define como objetividade muda ao longo do processo histórico e de acordo com o espaço onde está inserido.

A objetividade é uma ideologia segundo a qual operam os meios de comunicação para se legitimarem como instituição perante a sociedade. Concordamos com Sádaba (2007,

p. 59), quando ela afirma que “também a objetividade é em si mesma um dos aspectos mais ideológicos do discurso das notícias”.

A objetividade é um ideal que o jornalismo persegue. A busca pela objetividade não é exclusiva do jornalismo, senão uma herança do positivismo científico que tem encontrado ressonância também na produção de notícias. Para cumprir seu papel dentro da instituição da mídia, a/o jornalista se cerca de algumas estratégias para manter a relação de confiança e se aproximar de um ideal de objetividade. Um exemplo é a utilização de aspas para marcar as informações das fontes que utiliza na elaboração da notícia, sendo esse um modo de não se comprometer, deixando isso a cargo de quem lhe fornece a informação. De acordo com Sádaba (2007, p. 58, tradução nossa), “Deste modo parece que a verdade informativa está garantida pelo simples cumprimento de algumas regras que estão separando elementos supostamente 'objetivos' de 'subjetivos’”.

A escolha das fontes de informação é uma das principais estratégias de operação da ideologia no jornalismo. Rodrigo Alsina (2009, p. 172) comenta:

Existe uma institucionalização das fontes. Uma série de agentes sociais tem uma espécie de direito de acesso semiautomático aos meios de comunicação, tanto no tocante a transmitir a mensagem que eles desejam quanto a conseguir a correção de uma informação que os afeta e com a qual não estão de acordo.

Existe uma luta ideológica em torno da legalização do aborto no mundo, especificamente no Brasil. Enquanto a Igreja Católica e os grupos pró-vida defendem que a vida do feto é o valor mais importante a ser salvo, de outro lado, o movimento feminista e grupos denominados pró-escolha defendem que as mulheres devem ter o direito de escolher se querem levar uma gravidez adiante ou não.

Hall (1999, p. 228) apresenta uma contribuição importante para entender a seleção de certas fontes nas notícias. O autor defende que há uma “adequação entre as ideias dominantes e as ideologias e práticas dos media”. Para elaborar essa afirmação, ele investiga a prevalência de certas fontes sobre algumas e até mesmo a ocultação de outras. Hall (1999) define como *primary definers*, ou definidores primários, aquelas fontes que são consideradas como possuidoras de maior credibilidade para tratar dos assuntos pertinentes a cada uma. Geralmente, essas fontes são aquelas que estão em posição de poder na sociedade, tais como políticos, executivos e, neste trabalho, apontamos as lideranças religiosas também.

Ainda segundo o raciocínio de Hall (1999), os meios de comunicação estabelecem uma hierarquia de credibilidade. Assim, são os definidores primários que fixam a interpretação primária das notícias. A ideologia desses porta-vozes direciona a forma como as

notícias serão enquadradas e que tipo de discussão se dará. Hall (1999, p. 230) alerta que “os argumentos contrários a uma argumentação primária são obrigados a inserirem-se na sua definição de 'o que está em questão' - devem ter seu ponto inicial nessa estrutura de interpretação”.

Dessa maneira, algumas discussões sobre determinado tema podem nem mesmo ser pautadas. Por outro lado, os defensores de “contra-ideologias” são inseridos no debate, respondendo ao que já foi pré-estabelecido pelos definidores primários. Caso fujam disso, correm o risco de serem colocados fora do debate, de serem rotulados como extremistas ou radicais. “Além desses fatos, também os meios de comunicação tendem a destacar ou esconder as figuras públicas, de modo que há quem sempre apareça em determinados temas” (SÁDABA, 2007, p. 45, tradução nossa).

A defesa da legalização do aborto não é somente uma demanda feminista, mas um assunto de toda a sociedade, que deve estar envolvida no debate. No entanto, Fontes (2012) argumenta que justamente as mulheres estão fora do enquadramento da mídia sobre o aborto. “Esse silenciamento sobre as experiências das mulheres evidencia a exclusão da saúde pública no debate travado no cenário político e jornalístico durante o período das eleições” (2012, p. 1808).

Isso se caracteriza como um paradoxo, pois é no corpo feminino que se dá a gravidez e sua continuidade ou interrupção, porém, as mulheres não são consideradas fontes importantes para a discussão. A escolha das fontes é uma das formas como se dá o enquadramento noticioso e permite perceber o viés ideológico de que se aproxima o veículo. As mulheres não são sujeitos políticos nos meios de comunicação.

Rodrigo Alsina (2009) também discorre sobre a impossibilidade de algumas fontes acessarem os meios de comunicação e estarem representados neles. Existem fontes que estão mais inseridas na notícia, ainda que não tenham relação direta com o assunto abordado. Por outro lado, há aquelas que poderiam ser ouvidas, pois participaram do acontecimento, mas não são lembradas; estão invisibilizadas nas notícias, como é o caso das mulheres nas notícias sobre o aborto.

É nesse sentido que Hall (1999) argumenta que os jornalistas estão muito mais subordinados aos definidores primários, do que o contrário, já que existe uma relação estruturada entre ambos. Os “definidores primários” (Hall, 1999) possuem acesso privilegiado e sistemático aos meios de comunicação. De acordo com o autor, isso reforça a estrutura de poder simbólico existente na sociedade. A relação entre esse grupo e os jornalistas não se dá de maneira coercitiva, embora isso possa acontecer, mas faz com que os meios de

comunicação atuem na reprodução de uma ideologia dominante, por meio de sua prática profissional.

Longe de querer cair numa simplificação do trabalho jornalístico, que coloca o jornalismo como uma instituição a serviço do Estado, Hall (1999, p. 228) define que “os media vêm de facto, e em última instância, a reproduzir as definições dos poderosos, sem estarem, num sentido simplista, ao seu serviço”. Uma importante contribuição do trabalho de Hall (1999) é a localização da reprodução da ideologia dominante em termos dos processos e da estrutura da produção jornalística. Isso apresenta outra face para a discussão do poder das/dos jornalistas dentro da empresa em que trabalha. A/o jornalista, sob essa perspectiva, deixa de ser entendida/entendido como único responsável pela circulação das notícias.

Nesse trabalho, utilizamos o conceito de ideologia não como um significado fixo pertencente a uma classe dominante, mas como a disputa entre forças opostas. Conforme Hall (2003, p. 267):

Por ideologia, eu compreendo os referenciais mentais - linguagens, conceitos, categorias, conjunto de imagens do pensamento e sistemas de representação - que as diferentes classes e grupos sociais empregam para dar sentido, definir, decifrar e tornar inteligível a forma como a sociedade funciona.

Compartilhamos com Hall (2003) seu entendimento de que a ideologia pode ser entendida mais como um espaço de lutas entre atores distintos e em busca de uma transformação, do que um significado fixo. Assim, enxergamos a mídia como um espaço propício para essa luta. Uma das batalhas travadas pelo movimento feminista é a de retirar a personalização dos fetos, estratégia amplamente utilizada pelos grupos que se autodenominam “pró-vida”. Sobre o aborto recaem as mais diversas dúvidas e mistificações. Não é rara a confusão que se faz entre zigoto, embrião e feto. O discurso pró-vida está repleto de imagens de fetos abortados que clamam por uma vida, ignorando que estes só existem dentro do útero. Ou seja, só há vida se há uma mulher para gestá-lo.

Guareschi (2004) também compreende que a mídia é o local privilegiado da disputa ideológica e é nesse espaço que variadas vozes da sociedade podem ser confrontadas, embora a relação entre os diversos atores seja desigual. A mídia não é um espaço de formação da ideologia, mas sim de disputa das diversas ideologias existentes na sociedade. Dessa forma, o agendamento e o enquadramento dos veículos de comunicação tenderão a seguir essa disputa, tendo mais presença e poder de significação aqueles grupos hegemônicos na sociedade, como é o caso dos dirigentes da Igreja Católica e demais agremiações religiosas.

Ao contrário do que defende Guareschi que, assim como Thompson, enxerga a ideologia como algo negativo, a serviço de um grupo que sustenta e estabelece relações de dominação, entendemos a ideologia como um conceito neutro. Porém, o que nos interessa ao analisar o conceito de ideologia proposto pelo autor é sua discussão no campo da comunicação. Thompson (1995, p. 105) defende que “uma análise satisfatória da ideologia deve estar baseada, ao menos em parte, numa compreensão da natureza e do desenvolvimento da comunicação de massa”.

Thompson (1995) concebe ideologia como algo negativo, que está a serviço de criar e sustentar relações de dominação. No entanto, ele não restringe a ideia de relações de dominação às relações de classe, como também as amplia podendo ser utilizada no que tange a relações de gênero, étnicas, entre outras. “É importante enfatizar que relações de classe são apenas uma forma de dominação e subordinação, constituem apenas um eixo da desigualdade e exploração; as relações de classe não são, de modo algum, a única forma de dominação e subordinação” (THOMPSON, 1995, p. 77).

O autor faz uma diferenciação entre o que chama de concepção neutra de ideologia e concepção crítica de ideologia, que é a utilizada por ele. Thompson (1995) usa o termo crítico como sinônimo de negativo, pois, segundo ele, ideologia expressa as ideias da classe dominante e serve para manter as relações de dominação. Ele justifica sua abordagem baseando-se nas ideias de Marx.

Não há indicações, no trabalho de Marx, de que a ideologia seja um elemento positivo, progressivo ou inevitável da vida social como tal. Ideologia, para Marx, é sintoma de uma doença, não a característica normal de uma sociedade sadia e muito menos para a cura social (THOMPSON, 1995, p. 62).

Bakhtin (1981), autor de tradição marxista, tende a elaborar o conceito de ideologia repensando a ideia de falsa consciência. Para esses autores, a ideologia também pode ser pensada como algo que desafia o *status quo*, e que existe também nas classes subalternas. No entanto, isso é rechaçado por Thompson (1995), que acredita que a ideologia está intimamente ligada à sustentação das relações de dominação. Segundo o autor, a contestação pode ser descrita como “formas simbólicas contestatórias”, mas que não se trata de uma nova ideologia. Dessa forma, para ele o feminismo e socialismo, por exemplo, não podem ser entendidos como ideologias.

Bakhtin (1981), ao retomar a discussão de “falsa consciência” presente no conceito de ideologia de Marx e Engels, faz uma leitura diferente, colocando dois conjuntos antagônicos lado a lado: ideologia oficial e ideologia do cotidiano. No entanto, ambas partem

de um repertório comum de conceitos que vão ser articulados e desarticulados. Existe uma relação dialética entre a ideologia oficial, entendida como aquela relativamente estável, e a ideologia do cotidiano, como estrutura instável, em que ambas formam um complexo contexto ideológico.

A ideologia do cotidiano se estrutura em dois estratos diferentes. Para Bakhtin (1981), o nível superior seria aquele dos grupos organizados, como sindicatos e associações. As entidades sociais organizadas infiltram-se nas instituições ideológicas, renovando-as e sendo renovados por elas. São nesses grupos que a ideologia do cotidiano encontra materialização. A classe dominante – e aqui tratamos não apenas de classes sociais – tenta conferir ao signo ideológico um caráter uno, perpetuando sua hegemonia, como ocorre no caso da disputa pela legalização do aborto.

Para Thompson (1995), o que é central na concepção marxista sobre ideologia são as relações de dominação. Para ele, é preciso analisar como as formas simbólicas se entrecruzam com as relações de poder. O autor defende que não está preocupado com a verdade ou falsidade das formas simbólicas, mas sim como elas servem para sustentar as relações de dominação. Outra ressalva que Thompson (1995) faz é que nem todo fenômeno simbólico é ideológico, mas que opera de acordo com o contexto sócio-histórico. Aqui o autor discorda mais uma vez de Bakhtin (1981), que faz a afirmação de que todo signo é ideológico.

Segundo Thompson (1995), só é possível entender como as relações de dominação estão na sociedade por meio das formas simbólicas situadas em cada contexto histórico-social. Para ele, o sentido pode servir para manter relações de dominação por meio de construções simbólicas, havendo inúmeros modos de como a ideologia opera por meio de estratégias dessas construções.

Entre as estratégias elencadas por Thompson (1995), que nos ajudam a entender as relações desiguais entre homens e mulheres na sociedade, está a naturalização de relações históricas e socialmente construídas, como se fossem resultado de processos naturais. Como exemplo, o autor cita: “a divisão socialmente instituída do trabalho entre homens e mulheres pode ser retratada como um resultado de características fisiológicas nos sexos, ou de diferenças entre sexos” (THOMPSON, p. 88, 1995).

O que nos parece mais importante na formulação de Thompson (1995) sobre ideologia é a centralidade que os meios de comunicação possuem para seu estudo. De acordo com o autor, tão importante quanto analisar os contextos de produção e as mensagens é entender o processo de reprodução. Segundo Thompson (1995, p. 287), “ao invés de ver essas pessoas como parte de uma massa inerte e indiferenciada, gostaríamos de deixar aberta a

possibilidade de que a recepção das mensagens desses meios possa ser um processo ativo, inerentemente crítico e socialmente diferenciado”.

Thompson (1995) reconhece a comunicação de massa como o local central para a operação da ideologia, mas, de forma alguma, a considera como o único espaço na qual ela se difunde por meio das formas simbólicas. Mesmo assim, ele resgata a importância de analisar o impacto do que é transmitido pela mídia na vida cotidiana. Da mesma forma que entende que as formas simbólicas só podem ser ideológicas analisando o contexto na qual se inserem, Thompson (1995) também leva isso para os produtos da comunicação. Ou seja, um produto não é ideológico em si, mas de acordo com a contingência presente.

Para Guareschi (2010), a construção de estereótipos por parte da mídia é uma maneira de legitimar relações de dominação. Assim, não é raro perceber na sociedade, e também nos meios de comunicação, a reprodução da figura feminina heterossexual, cisgênero, branca, dona de casa e mãe, ou como objeto sexual, em relação de desvantagem ao homem.

Freire Filho (2005, p. 23) também partilha da ideia de Guareschi (2010) e afirma que os estereótipos “necessitam ser conceituados (e contestados) como estratégias ideológicas de construção simbólica que visam a naturalizar, universalizar e legitimar normas e convenções de conduta, identidade e valor que emanam das estruturas de dominação social vigentes”.

Já para Alsina (2009), os preconceitos e estereótipos fazem parte do mundo de referência das pessoas, sendo o preconceito uma categoria mais ampla do que o estereótipo, por isso sendo possível admitir que os meios de comunicação trabalhem com os estereótipos para transmitir as notícias, para gerar sentido. Os meios de comunicação se utilizam de preconceitos e estereótipos para retratar os diferentes grupos da sociedade. Assim, coloca uma diferenciação entre os “nós” e os “eles”, como se o que fosse diferente de “nós” fosse inferior. Despersonalizar o outro, retirar sua humanidade permite atitudes de preconceito para esse outro que é diferente. “Os meios de comunicação concretizam processos de construção da identidade” (RODRIGO ALSINA, 2009, p. 271).

A mensagem jornalística é estruturada ideologicamente por meio da representação, de significação. As representações sociais na mídia mostram como são formados os estereótipos, principalmente no que diz respeito a grupos marginalizados, como mulheres, negros e homossexuais. O modo como esses grupos são retratados afeta sua identidade, a forma como são vistos pelo público e o tratamento dispensado a eles. Apresentar determinados grupos de forma cristalizada é uma estratégia ideológica que tem por objetivo

manter o *status quo* vigente, por meio de uma construção simbólica em que os oprimidos se mantenham nessa posição.

Para Guareschi (2010), os meios de comunicação são palco para uma “guerra de representações”. O autor, ao analisar as representações sociais do MST na mídia, afirma que “a guerra, hoje, se dá, predominantemente, no simbólico, na comunicação. Quem detém a comunicação detém, em geral, o poder. As guerras modernas são guerras simbólicas, mediadas pela mídia” (GUARESCHI, 2010, p. 89)

As expressões utilizadas pelos meios de comunicação para se referir a determinados assuntos também é uma pista da ideologia presente na notícia. No caso brasileiro, temos a já conhecida disputa entre “ocupação” e “invasão” para se referir aos protestos de grupos como o Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST). No caso do aborto, isso também é possível de ser identificado. Sádaba (2007, p. 56, tradução nossa) acredita que:

Os enquadramentos dos meios de comunicação, geram significados com os quais os homens tratam e manuseiam o mundo. Assim, por exemplo, se os meios de comunicação comessem a difundir o tema do aborto e a denominá-lo “interrupção voluntária da gravidez”, a mesma realidade se define de outro modo e se converte em um fenômeno diferente frente ao público.

Entender a ideologia como representação da sociedade é importante quando analisamos mídia e sociedade. Nos estudos de comunicação de base positivista a mídia era vista como um reflexo de uma sociedade pluralista entendida como consensual, sem disputas. A mídia deixou de ser vista como um instrumento de reflexo e passou a ser entendida como um modo de representar a sociedade.

3 JORNALISMO E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

Segundo os anciãos, Deus criara o primeiro homem a partir do barro. Eu não tinha nenhuma objeção a essa humilde matéria-prima. Mas por que o homem primeiro, e não a mulher? E por que tinha a mulher sido criada de maneira diferente? A história da costela me parecia tola, para dizer o mínimo, ou talvez até uma afronta, considerando a modéstia da peça anatômica. (A mulher que escreveu a Bíblia - Moacyr Scliar).

Ao propor uma análise das Representações Sociais (RS) na mídia, é preciso ter em mente também o aspecto ideológico em que se dá a difusão de diversos conteúdos. Ao passo que as RS são expressões do senso comum, daquilo que está no cotidiano das pessoas e que por isso criam uma realidade social e reforçam estereótipos, a dimensão ideológica não pode ser ignorada.

Quando tratamos das RS no campo midiático, há que se levar em conta que este atua em conformidade com as relações de poder estabelecidas. Logo, os conteúdos midiáticos estarão de acordo com os interesses dos detentores de poder – não necessariamente econômico, mas principalmente simbólico, ainda que com essa afirmação não ignoremos que há brechas para a divulgação de notícias que vão de encontro a esses poderes estabelecidos. Guareschi (2000, p. 28) é categórico ao afirmar que “para os milhões de brasileiros e brasileiras, algo 'existe' no momento em que é mostrado pela mídia. Se 'não deu no jornal, ou no rádio ou na TV', as coisas não existem”.

Portanto, analisar as representações do aborto na mídia impressa em um contexto de eleição presidencial, com duas mulheres na disputa que pela primeira vez tinham chances reais de ser eleitas, deve ser feito levando em conta o aspecto ideológico. No entanto, o fato de serem mulheres não foi suficiente para que tanto Dilma Rousseff (do PT) quanto Marina Silva (do PV) adotassem uma postura favorável à legalização do aborto. Se Marina preferiu silenciar sobre o aborto para não desagradar seus eleitores, Dilma foi silenciada em nome de um projeto maior que seria a sua eleição como primeira presidenta do país.

O assunto não era pauta da agenda midiática e nem mesmo de nenhum candidato até então. Porém, a partir do momento em que começou a surgir a defesa do voto para candidatos que se posicionassem contra o aborto dentro de organizações religiosas – que defendem que o aborto é pecado – é que o assunto foi pautado. Logo, os candidatos foram pressionados a se posicionar sobre o tema na mídia. E fizeram isso de modo a não contrariar os interesses dos

grupos pró-vida. Os meios de comunicação, ao enquadrarem as notícias sobre aborto em discussões de cunho moral e criminal, aliaram-se ao que esses setores conservadores da sociedade defendem.

3.1 Contextualizando as representações sociais

Moscovici (2011) entende o campo das representações sociais como a maneira pela qual vemos o mundo. Para isso, o autor apresenta argumentos que desconstroem a ideia de que percebemos a realidade tal como ela é. O primeiro diz respeito ao fato de não enxergarmos coisas que parecem óbvias. A invisibilidade de grupos marginalizados é uma delas. O segundo fala da possibilidade dos indivíduos se depararem com o esfacelamento de verdades até então tidas como absolutas. O terceiro se refere à definição que damos a alguns acontecimentos da vida social.

Segundo Moscovici (2011), é uma questão fundamental compreender o que é uma sociedade pensante. Ao fazer tal pergunta já se elimina a ideia de que uma sociedade não pensa. Assim, se elimina uma ideia bastante difundida nas teorias da comunicação de que as pessoas estão sob o julgo de uma ideologia dominante, como se fossem receptores passivos que não comunicam e produzem suas próprias representações da realidade. “Pessoas e grupos, longe de serem receptores passivos, pensam por si mesmos, produzem e comunicam incessantemente suas próprias e específicas representações e soluções às questões que eles mesmos colocam” (MOSCOVICI, 2011, p. 45).

Para Guareschi (2000), as RS são uma tentativa teórica de superar algumas dicotomias da Psicologia Social, entre elas a dicotomia entre psicológico e social. Dessa forma, podemos inferir que uma RS é, ao mesmo tempo, individual e social, pois tanto necessita da ancoragem de uma pessoa, como depende da sociedade para se propagar. “Ela (a representação social) está na cabeça das pessoas, mas não é a representação de uma única pessoa; para ser social ela necessita ‘perpassar’ pela sociedade, existir a certo nível de generalização” (GUARESCHI, 2000, p. 36).

O fato de uma RS existir em meio à sociedade faz com que ela receba interferências dos seres sociais que operam sobre ela. Isso permite entender que as RS são passíveis de ser transformadas e que sofrem influências dos diversos atores, por exemplo, as/os jornalistas que escrevem determinadas matérias.

O jornalismo tem como uma de suas preocupações tornar familiar para seus leitores aquilo que não é. Ou seja, oferecer segurança sobre o mundo que está sendo noticiado. De

acordo com Hall (1999), a transformação que os meios de comunicação fazem de um acontecimento em notícia está ligada a uma reprodução ideológica dos pontos de vista dos definidores primários. Já Moscovici (2011) defende que sempre tentamos dar respostas aos “porquês” que se apresentam a nós a todo momento. A explicação que damos depende da ideia que temos de realidade. “É uma ideia como essa que governa nossas percepções e as inferências que nós construímos a partir delas. E esta ideia governa, da mesma maneira, nossas relações sociais” (MOSCOVICI, 2011, p. 85).

As representações sociais têm como consequência a impossibilidade de entender o mundo “tal como ele é”. Os processos de ancoragem e objetivação estão baseados na perspectiva de determinado grupo na sociedade. Ou seja, compreendemos o mundo de acordo com nossas referências sobre ele. No entanto, Moscovici (2011) defende que esse viés no pensamento não é algo ruim, ou representa um déficit no nosso conhecimento, mas sim apenas expressa a diferença entre grupos. Também é preciso entender que dar nome ou classificar algo é uma busca de facilitar a interpretação daquela realidade específica, assim como é uma maneira de rotular indivíduos, acontecimentos ou objetos.

Para Guareschi (2000), o conhecimento humano só é possível por meio das representações e essas não podem ser consideradas como meros reflexos de um objeto ou ideia. São, antes, construções diferenciadas que ocorrem individualmente com cada pessoa, mas que se prolongam em dimensões intersubjetivas, se materializando em fenômenos sociais. Em outro texto, Guareschi (2010, p. 79) aponta que “ao assumir, contudo, que é impossível conhecer sem representações, assumimos também que essas representações implicam dimensões simbólicas e sociais, tornando-se, ao mesmo tempo, fenômenos subjetivos, intersubjetivos e objetivos”.

De acordo com Moscovici (2011), nem todos os termos serão objetivados, alguns simplesmente serão ignorados, pois há uma seleção do que deve ou não ser representado. Isso acontece porque há temas que são tabus ou que não encontram ressonância no seu estoque de imagens. O aborto é um tema tabu sobre o qual não se fala. No entanto, se no país são feitos um milhão de abortos, em média, por ano, as pessoas envolvidas estão falando sobre isso. As mulheres com seus parceiros, com sua família em primeiro lugar, mas também médicos e médicas, enfermeiros e enfermeiras, assistentes sociais estão falando sobre isso. Esses atores que falam sobre a prática do aborto não podem falar nos meios de comunicação, pois não se constituem como fontes confiáveis.

Os religiosos também estão falando sobre aborto em seus cultos, dentro de suas igrejas, pois ele existe e se há toda uma preocupação com o risco de que ele seja legalizado, é porque as mulheres estão fazendo aborto.

Quem talvez não esteja falando sobre aborto sejam as/os jornalistas. Esse não é um assunto jornalístico, pois está reservado às conversas “de cozinha”, aos segredos médicos e familiares. O aborto é o signo do não falado, aquilo sobre o qual não se quer discutir. Se um assunto não é debatido, ele é invisibilizado, e logo não é atingido pelas políticas públicas. E, também, o Estado não opera sobre ele.

Ao fazer uso das representações sociais, o jornalismo não apenas seleciona os fatos que têm possibilidade de se tornar notícias, como também os constrói. Para Moscovici (2011), as representações não são neutras, já que dependem da forma como indivíduos enxergam o mundo. De acordo com Moscovici (2011, p. 87), “classes dominantes e dominadas não possuem uma representação igual à do mundo que elas compartilham, mas o veem com olhos diferentes, julgam-no de acordo com critérios específicos e cada uma faz isso de acordo com suas próprias categorias”.

Representar não é uma ação pacífica, mas sim, ativa, que atua na construção de ideias em determinado contexto. Representar coloca aquilo que causa estranheza, que é perturbador, dentro de uma categoria conhecida. Como afirma Guareschi (1995), as RS são realidades dinâmicas que se modificam no cotidiano, no dia a dia, por meio das interações entre os indivíduos. Em uma sociedade midiaticizada, o jornalismo e os meios de comunicação também cumprem função de construção dessas representações.

Embora os meios de comunicação e o jornalismo sejam espaços férteis para as elaborações e modificações das RS, essa intersecção ainda não é muito explorada. Guareschi (2000) aprofunda a relação entre o jornalismo e demais produtos midiáticos na elaboração de um saber coletivo e cotidiano, como em sua conhecida pesquisa sobre as representações sociais do Partido dos Trabalhadores e do Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra por um importante programa de rádio no sul do país. Vizeu (2001, 2002, 2005) tem centrado seus estudos e pesquisas nas representações sociais de Pernambuco e no Nordeste no jornalismo brasileiro.

As representações não são determinadas apenas pelo pensamento, mas por sua relação com o mundo, suas opiniões preconcebidas. Assim, Moscovici (2011) defende que há atribuições de esquerda e de direita nas representações e categorizações, já que é assim que o mundo está dividido. De acordo com o autor, a causalidade pessoal, que atribui tudo ao

indivíduo, seria uma explicação de direita. A causalidade situacional que leva em consideração o contexto social pode ser interpretada como uma explicação de esquerda.

Essas duas causalidades - antagônicas entre si - demonstram que as categorias que utilizamos para dar sentido às pessoas, ideias ou objetos que procuramos trazer para o senso comum, são “escolhidas”, conforme Moscovici (2011) pela visão de mundo de cada um. Para Guareschi (1995) não é possível pensar as RS fora de um entendimento de que as pessoas não podem ser unicamente responsabilizadas pelos destinos de suas vidas, sem se levar em conta os contextos sociais, políticos e culturais que as levam a determinadas ações. Pensando em nosso objeto de estudo, que é o enquadramento jornalístico sobre o aborto nas eleições de 2010, entendemos que não é possível fazer uma análise sem levar em conta o contexto social do momento.

Percebemos que o dispositivo ideológico está presente na construção das representações, da mesma forma que está no enquadramento jornalístico. No entanto, as representações que são construídas a partir da comunicação entre homens e mulheres podem passar como naturais e só se revelarem nos momentos de crise. Moscovici (2011, p. 91) afirma: “Essas tensões (entre mundo reificado e mundo consensual) podem ser seguidas por revoluções concretas no senso comum, que não são menos importantes que as revoluções científicas”.

De acordo com Guareschi (2000), não há possibilidade de se confundir o mundo consensual – das representações sociais –, com o mundo reificado – do conhecimento científico. O conhecimento do mundo consensual, ou do senso comum, é construído e compartilhado socialmente, “que se vê nas mentes das pessoas e na mídia, nos bares e nas esquinas, nos comentários das rádios e TVs”. (GUARESCHI, 2000, p. 38).

As representações só aparecem em momentos de tensão, tal qual ocorre com a ideologia. Assim, o pensamento do psicólogo social se aproxima ao de Bakhtin (2006, p. 46), quando este afirma que a ideologia tende a ser naturalizada pela classe hegemônica, como se houvesse apenas um lado do signo ideológico. Para ele, “a *dialética interna* do signo não se revela inteiramente a não ser nas épocas de crise social e de comoção revolucionária”.

As representações do aborto na mídia, espaço de luta ideológica, em um momento de campanha presidencial, em que pela primeira vez na história brasileira duas mulheres com chances reais de ganhar disputavam o mais alto posto de comando do país, nos mostra como um assunto polêmico foi tratado na sociedade. Entendemos que a mídia reproduz as tensões ideológicas existentes na sociedade, tal qual a hegemonia da disputa em torno de um assunto.

Assim como Guareschi (2010), acreditamos que a comunicação tem um papel crucial para a construção e a mudança das representações sociais.

Uma estratégia utilizada pelo grupo hegemônico para reproduzir as relações de poder é a naturalização da ideologia dominante. No caso do aborto, isso é perceptível no discurso de grupos religiosos em que o aborto aparece como pecado, como algo não natural, já que o resultado de toda gravidez seria o nascimento. Esses grupos naturalizam a representação das mulheres como “criminosas”. Guareschi (2004, p. 80) assim explica:

A estratégia de naturalização é, no fundo, uma das principais armas na manutenção de situações de dominação e de acobertamento da realidade. (...) No momento, então, em que eu “naturalizo”, isto é, considero como determinado algo que é fruto da ação humana, torno-me escravo no que há de mais profundo em mim, que é minha consciência. Isso me impede e me impossibilita de lutar, sujeitando-me ao determinismo dessas criações que deixam de ser questionadas e se apresentam como “absolutas”.

Contra essa naturalização de enxergar a prática do aborto como pecaminosa, sob um ponto de vista moral e religioso, os grupos pró-escolha – com destaque para as feministas – atuam para que o aborto seja discutido pelo Estado, sociedade civil e mídia no âmbito da saúde pública e de garantia de Direitos Humanos. Desconstruir a ideia vigente da legalização do aborto como algo necessariamente ruim e trazer à tona outra face da discussão é uma das estratégias dessas entidades.

Concordamos com Miotello (2008, p. 176), quando o autor defende que “ideologia é o sistema sempre atual de representação de sociedade e de mundo construído a partir das referências constituídas nas interações e nas trocas simbólicas desenvolvidas por determinados grupos sociais organizados”.

A naturalização do discurso também pode ser encontrada na mídia que mostra os fatos como se estes fossem naturalistas e não construções, como se o jornalismo apenas reproduzisse a realidade tal qual ela é. O próprio jornalismo com sua ideologia de objetividade e imparcialidade tenta se mostrar ao mundo como mediador fiel da realidade e não como seu construtor numa intensa relação.

Hall (2010, p. 291) defende que a representação “implica a tarefa ativa de seleção e apresentação, de estruturação e formação: não apenas a transmissão de sentido já existente, mas o trabalho mais ativo de fazer as coisas significarem”. A mensagem agora passa a ser interpretada “não em termos de 'mensagem' manifesta, mas em termos de estruturação ideológica”.

Hall (2010, p. 295) apresenta ainda a contribuição da linguística para o estudo da ideologia.

O sentido é uma produção social, uma prática. O mundo tem que ser construído para significar. A linguagem e a simbolização são os meios pelos quais o sentido é produzido. Essa abordagem destronou a noção referencial da linguagem que sustentara a análise de conteúdo antecedente, onde o sentido de um termo ou frase particular poderia ser validado simplesmente ao se voltar os olhos para o que ele se referia no mundo real.

O poder de significação de uma ideia não é neutro e é necessário lembrar que há uma disputa entre os atores por esse poder. Para Bakhtin (2006, p. 34), “*a palavra é o fenômeno ideológico por excelência*” (grifo do autor) e afirma ainda que essa mesma palavra “é neutra em relação a qualquer função ideológica específica. Pode preencher qualquer espécie de função ideológica: estética, científica, moral, religiosa”. A inovação do pensamento bakhtiniano se dá justamente na sua compreensão de que a palavra não pode ser tomada de forma abstrata, alheia ao contexto sócio-histórico e ideológico no qual se insere.

De acordo com Bakhtin (2006), a palavra é um signo ideológico, sendo o único meio de contato entre a consciência e a ideologia, estando tanto no processo de elaboração interna como na circulação externa da esfera ideológica, bem como assume determinada função ideológica de acordo com a forma com que aparece em um enunciado concreto. A palavra, assim como a oração, é neutra e só ganha valoração dentro do enunciado concreto.

As palavras não são neutras quando num processo de diálogo. Concordamos com Bakhtin (2006, p. 96) quando ele explica que:

Na realidade, não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis, etc. *A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial*. É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas ou concernentes à vida.

A palavra *aborto* desperta “ressonâncias ideológicas”, conforme as palavras de Bakhtin (2006, p. 96). Assim, quando a palavra e toda sua carga ideológica são colocadas em reportagens jornalísticas, é preciso atentar em qual processo ideológico ela está inserida.

Ao mesmo tempo em que a palavra *aborto* é tratada por quem é contra a legalização de sua prática como algo que é ruim, com um sentido negativo e pejorativo; a face oposta também aparece. O aborto no discurso de ativistas “pró-escolha” é colocado como uma prática que autonomiza as mulheres e as colocam em posição de poder e decisão sobre seus corpos e suas vidas. A isso, Bakhtin (2006, p. 46) chama de “‘dialética interna do signo’ que só se revela nas épocas de crise social e de comoção revolucionária”.

Sobre o debate em relação ao aborto, Rocha (2005, p. 153) relata que as discussões no Brasil entre grupos favoráveis e contra a legalização sempre estiveram pautadas em

questões éticas e não políticas. Assim, o que é entendido como aceitável eticamente para feministas, não o é para a Igreja Católica. Ou seja, ambos estão disputando a hegemonia de valoração de um mesmo signo. A autora continua: “O que esteve sempre presente nessa discussão é uma questão de natureza ética a respeito da liberdade de decisão nessa área, situação em que há total discordância entre o pensamento oficial da Igreja Católica e as ideias do movimento feminista”.

A disputa ideológica em torno de um termo marca a correlação de forças existentes dentro de uma sociedade. Hall (2003) relata o debate em torno da identidade *black* na sociedade jamaicana nas décadas de 1960-1970 e como essa ideia saiu de uma denominação negativa para algo positivo. Uma das batalhas travadas pelo movimento feminista é a de transformar o sentido negativo da palavra aborto utilizada pelos grupos que se autodenominam “pró-vida”. O autor argumenta também que a luta ideológica é uma tentativa de obter novos significados de uma categoria já existente. De acordo com Hall (2003, p. 189):

Nós experimentamos a ideologia como se ela emanasse livre espontaneamente de dentro de nós, como se fôssemos seus sujeitos livres, “funcionando por conta própria”. Na verdade, somos falados ou falamos por nós, nos discursos ideológicos que nos aguardam desde o nosso nascimento, dentro dos quais nascemos e encontramos nosso lugar.

Bakhtin compreende o signo como um campo de luta social em que há uma prática advinda da classe dominante que pretende dar a ele um significado uniacentuado. Assim, o signo aparece como uma equivalência entre linguagem e realidade. No caso do aborto, existe uma luta pelo sentido conotativo, ou seja, uma disputa para que a prática seja vista também como uma questão de saúde e Direitos Humanos, e não apenas como crime e pecado. Hall (2003, p. 194) afirma: “a palavra em si não possui uma conotação de classe específica, embora sua história seja longa e nem tão facilmente desmontável”.

O debate sobre o aborto é complexo e envolve diversos atores. Os definidores primários do debate midiático – as igrejas – apresentam um discurso pautado na fé, na religiosidade e na moral. Essas fontes investem de humanidade o feto, alegando que a vida começa na concepção e colocam que quem vai contra isso é contra a vida de maneira geral. Já os grupos de defesa da legalização não defendem suas posições dentro dessa perspectiva. Seus argumentos se baseiam na saúde, na autonomia e nos Direitos Humanos das mulheres. O feto não é considerado um ser humano e a defesa é da vida da mulher grávida e da sua possibilidade de escolher. Os grupos opositores falam de mundos de referência diferentes entre si.

3.2 Ancoragem e objetivação

A objetivação e a ancoragem são processos formadores das Representações Sociais. A ideia de sociedade pensante, proposta por Moscovici (2011), tem uma perspectiva psicossociológica e que se traduz no conceito de Representações Sociais. Se, de um lado, uma concepção estritamente sociológica apresenta que os indivíduos estão sob o jugo de uma ideologia dominante, por outro, a explicação psicológica entende os indivíduos como portadores de ‘caixas-pretas’ que recebem informações e ideias externas para processá-las. “Da mesma forma que se trata a sociedade como um sistema econômico ou um sistema político, diz Moscovici (1988), cabe considerá-la também como um sistema de pensamento” (SÁ, 2004, p. 28).

Como não é possível aplicar a ideia de sistema de pensamento para todas as formas de conhecimento produzida e partilhada na sociedade, Moscovici (2011) separa duas classes diferentes de universos de pensamento, que são os ‘consensuais’ – ligados ao senso comum, ao cotidiano, e os ‘reificados’, que diz respeito ao mundo da ciência.

Pereira de Sá (2004, p. 28) afirma que os universos consensuais são “as atividades intelectuais da interação social cotidiana pelas quais são produzidas as Representações Sociais. As ‘teorias’ do senso comum que são aí elaboradas não conhecem limites especializados, obedecem a uma outra lógica”.

Moscovici (2011), por sua vez, afirma que dar um nome a uma pessoa ou uma coisa, ou seja, tirar do anonimato o que ainda é desconhecido e trazer para o cotidiano conhecido e confortável, possui três consequências principais. Primeiro, segundo o autor, é que “uma vez nomeada, a pessoa ou coisa pode ser descrita e adquire certas características, tendências” (Moscovici, 2011, p. 67). Depois, “a pessoa ou coisa torna-se distinta de outras pessoas ou objetos, através dessas características” (Moscovici, 2011, p. 67). E a última consequência que se tem na nomeação daquilo que ainda é estranho, é que “a pessoa ou coisa torna-se objeto de uma convenção entre os que adotam e partilham da mesma convenção” (Moscovici, 2011, p. 67).

Para ilustrar essas consequências do ato de trazer ao senso comum aquilo que ainda era inominável, Moscovici (2011) cita seu conhecido trabalho sobre as representações sociais da psicanálise. O autor mostra que o termo psicanalítico “complexo” foi incorporado pelo senso comum e serviu de base para explicar diversos sintomas psíquicos que não fazem parte da teoria psicanalítica, mas que a imita numa tentativa de trazê-la para o referencial cotidiano. De acordo com Moscovici (2011, p. 68):

Chamamos antes a atenção à multiplicação de ‘complexos’ que acompanhou a popularização da psicanálise e tomou lugar de expressões correntes (...). Com isso, os que falam e os de quem se fala são forçados a entrar em uma matriz de identidade que eles não escolheram e sobre a qual eles não possuem controle.

A ancoragem é o processo de ancorar ideias estranhas a algo familiar reduzindo-as a categorias de um sistema já conhecido. O que não é conhecido não encontra ressonância no arcabouço de uma sociedade ou indivíduo e é tratado como estranho. A partir do momento que damos nome àquilo que até então era inclassificável, podemos passar a imaginá-lo e a representá-lo. A partir do momento que se categoriza e rotula como algo conhecido, há um processo de representação, ele já se torna familiar. Porém, Moscovici (2011) alerta que o processo de nomear, rotular ou classificar não é neutro, pois essas ações são feitas a partir de um ponto de vista.

Assim, Moscovici (2011) confirma que não há neutralidade no processo de classificação. “No momento em que determinado objeto ou ideia é comparado ao paradigma de uma categoria, adquire características dessa categoria e é re-ajustado para que se enquadre nela” (MOSCOVICI, 2011, p. 61). Ao ser trazido para o campo do conhecido, o objeto ou pessoa recebe um valor, que pode ser positivo ou negativo e assume “um determinado lugar em uma clara escala hierárquica” (MOSCOVICI, 2011, p. 62).

Esses processos de classificação que determinam um conjunto de regras – do que é permitido e do que é negado para aquelas coisas ou pessoas pertencentes aos grupos a que são atribuídos – são realizados por meio de dois processos, conforme afirma Moscovici (2011). São eles: a generalização e particularização. Na generalização, elege-se uma característica específica e a usa como categoria. “A característica se torna como se fosse coextensiva a todos os membros dessa categoria” (MOSCOVICI, 2011, p. 65). Na particularização, o objeto está fora do protótipo conhecido e a intenção é entender o motivo ou a característica que o torna diferente. A questão de fundo que motiva as classificações, segundo Moscovici (2011) não pode ser entendida como escolhas puramente intelectuais, mas sim um “desejo de defini-lo como normal ou aberrante” (MOSCOVICI, 2011, p. 65).

Uma ressalva importante que Moscovici (2011) faz desse desejo de definição de algo desconhecido para trazer ao mundo de referência como algo positivo ou negativo é que isso não é apenas uma maneira de rotular as pessoas ou objetos. Por trás disso está uma necessidade de formar opiniões sobre o mundo. “Não podemos esquecer que interpretar uma ideia ou um ser não familiar sempre requer categorias, nomes, referências, de tal modo que a

entidade nomeada possa ser integrada na ‘sociedade de conceitos’” (MOSCOVICI, 2011, p. 70).

A objetivação pode ser entendida como uma forma de transformar um conceito abstrato em algo real, e que possua uma qualidade icônica. Com a objetivação se busca encontrar componentes não verbais para as palavras. No entanto, nem tudo pode ser objetivado, pois o repertório imagético pode não ser vasto. Moscovici (2011) ilustra essa afirmação, apresentando dados de sua pesquisa sobre as representações sociais da psicanálise. De acordo com ele, conceitos psicanalíticos importantes como “libido” não foram objetivados por se tratarem ainda de um tabu na sociedade. “A sociedade faz uma seleção daqueles aos quais ela concede poderes figurativos, de acordo com suas crenças e com o estoque preexistente de imagens” (MOSCOVICI, 2011, p. 72).

No entanto, de acordo com Moscovici (2011) a partir do momento que um paradigma tenha sido aceito por um grupo de pessoas ou pela sociedade, este paradigma será acessado com facilidade e as palavras que se referem a ele serão usadas com frequência. Assim, é que se formam os clichês e as imagens que sintetizam esse paradigma que foi incorporado pelo senso comum. E é quando essa imagem se separa daquilo que representa ela se torna uma realidade. “A imagem do conceito deixa de ser um signo e torna-se a réplica da realidade, um simulacro, no verdadeiro sentido da palavra” (MOSCOVICI, 2011, p. 74)

Para Moscovici (2011), o estágio lógico em que as representações chegam é que a imagem de uma ideia passa a ser completamente assimilada pela sociedade e se torna elementos da realidade. As imagens criadas passam a ser os próprios objetos que significam. “As imagens que foram selecionadas, devido a sua capacidade de ser representadas, se mesclam, ou melhor, são integradas no que eu chamei de um padrão de núcleo figurativo, um complexo de imagens, que reproduzem visivelmente um complexo de ideias” (MOSCOVICI, 2011, p. 72).

As representações sociais têm como consequência a impossibilidade de entender o mundo “tal como ele é”. Os processos de ancoragem e objetivação estão baseados na perspectiva de determinado grupo na sociedade. Ou seja, compreendemos o mundo de acordo com nossas referências sobre ele. No entanto, Moscovici (2011) defende que esse viés no pensamento não é algo ruim, ou representa um déficit no nosso conhecimento, mas sim apenas expressa a diferença entre grupos. Também é preciso entender que dar nome ou classificar algo é uma busca de facilitar a interpretação daquela realidade específica, assim como é uma maneira de rotular indivíduos, acontecimentos ou objetos.

4 JORNALISMO E O ABORTO NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS

‘Que pena que Simone não seja um rapaz: teria ido para a Politécnica’. Ouvira muitas vezes meus pais exprimirem esse pesar. Um politécnico era alguém, aos olhos deles. Mas meu pai destinou-me prudentemente à administração. (Memórias de uma moça bem-comportada, Simone de Beauvoir).

O diálogo entre jornalismo e política acontece desde o advento dos primeiros jornais do final do século XVII e início do século XVIII, que se preocupavam em noticiar os fatos que consideravam importantes na política e que deveriam ser de conhecimento público. Divulgar notícias sobre acontecimentos que considera relevantes no mundo político para levar ao público leitor era uma forma de ampliar o acesso de cidadãos e cidadãs sobre aquilo que não podem acessar diretamente. Com o jornalismo, a política ganha a possibilidade de ser assunto comum entre aqueles que são vistos pelos agentes políticos como eleitores em potencial. E, com isso, faz com que se torne um terreno de conflitos. Mais do que uma relação cordial entre dois poderes, a relação entre política e jornalismo está permeada por tensões.

O momento eleitoral é singular nessa relação entre jornalismo e política. A eleição é um fato que rompe uma rotina. Logo, durante esse período existe um esforço maior tanto dos meios de comunicação para noticiar os acontecimentos desse momento, como, por parte dos candidatos e candidatas em se tornarem notícias (GOMES, 2004; RUBIM, 2004). Entre estes há uma preocupação com o que vai e o que não vai aparecer nas notícias. O que vai ser ou não do conhecimento do público.

As tensões existentes entre o campo político e o campo jornalístico fornecem ao primeiro duas saídas para se relacionar com o segundo: ou como anunciante ou operando de acordo com a lógica e rotina interna do campo jornalístico. Para Bourdieu (1997), a lógica interna do jornalismo sempre prevalece mesmo quando ele está negociando. Tanto o jornalismo quanto a política comportam recursos que são importantes um para o outro e ambos se encontram em um jogo de encaixes.

Enquanto os agentes políticos oferecem informações relevantes, muitas vezes confidenciais, ou seja, se tornam fontes importantes para a comunicação, o sistema de comunicação oferece uma visibilidade sem custos econômicos. A exposição pública é extremamente valorizada pelo campo político, pois é por meio dela que se chega ao eleitorado

e, conseqüentemente, ao voto. “Sem tal esfera de exposição pública de massa não haverá acesso relevante ao eleitorado, que possui o recurso fundamental para o campo político: o voto” (Gomes, 2004, p. 144).

4.1 A centralidade do jornalismo

Falar sobre o papel primordial que o jornalismo ocupa na política atual não é nenhuma novidade. Falar sobre isso também não é negar outras formas de interação que tenham como enfoque a política. O que é importante ter como ponto de partida para uma discussão sobre os diálogos entre o campo político e o campo jornalístico é como eles se comportam nessa relação, que oscila entre o perfeito encaixe e o conflito.

Durante as eleições, essa relação se intensifica ainda mais. Há diversos interesses de um e de outro lado envolvidos nesse jogo, cujo principal objetivo dos agentes políticos é conquistar votos. Já o jornalismo opera na lógica de conquistar e manter sua credibilidade pública. Até que se decida quem vai ocupar os postos disputados, a campanha eleitoral é feita por debates televisivos, pesquisas de opinião, notícias positivas ou negativas sobre os candidatos envolvidos.

A eleição é um momento diferente da vida política. E também da rotina jornalística de cobertura dos fatos. A eleição é um acontecimento que tem a propriedade de ser transformado em notícia. Representa a quebra de um cotidiano mais ou menos esperado, possui um caráter singular em relação ao dia a dia da política. Para Rubim (2002, p. 8), a eleição “se caracteriza, em circunstâncias normais, pela aceleração, pela intensidade, pela maior visibilidade da política e por seu agendamento temático promovido a partir do campo da política”.

As pessoas, e potenciais eleitores e eleitoras, interagem com a política, também, por intermédio dos meios de comunicação – e, principalmente, da televisão – que se torna central na proposição de referências com que organizam seu entendimento sobre a política (RUBIM, 2002). Os enquadramentos utilizados na construção das notícias podem ser incorporados naquelas explicações que os sujeitos têm sobre a política e suas escolhas e ações dentro dela.

Os enquadramentos tendem a ser parecidos em diversos veículos, e isso não é diferente na cobertura das eleições (SÁDABA, 2007). Então, o que se percebe é que determinados temas ganham destaque na cobertura jornalística e se tornam também objeto de discussão por parte dos eleitores e eleitoras. Para Aldé (2004), os enquadramentos funcionam como recursos que podem ou não ser incorporados pelas cidadãs e cidadãos que assistem,

escutam ou leem notícias. A política vivenciada na mídia atinge aquela que é feita nos espaços não midiáticos. De acordo com Traquina (2000, p. 66):

Os jornais afirmam claramente a sua valoração de um assunto através do tamanho do título e da sua localização em termos de paginação. A tese do agendamento defende que os públicos decidem a saliência de cada assunto a partir desses julgamentos veiculados pelos media noticiosos, incorporando na sua agenda pessoal uma escala de pesos semelhante.

Aldé (2004), apesar de focar seu trabalho na importância dos meios de comunicação para a formação de opiniões pessoais sobre a política, aponta também aspectos psicológicos e sociais na formação dessas opiniões e na escolha dos enquadramentos que indivíduos consideram relevantes, confiáveis ou acessíveis. Logo, apesar da centralidade que ocupa como fonte de referências sobre o campo da política, a mídia é encarada como o único recurso para isso. Assim, outras pessoas e organizações – como a família, os sindicatos, as igrejas – também são acessadas e consultadas como fontes importantes para a construção de opiniões políticas.

Os meios de comunicação oferecem pontos importantes para que as pessoas formulem seus próprios entendimentos sobre a vida política e, no caso das eleições, sobre cada candidato e candidata, seja por meio do jornalismo, seja por meio da propaganda política. Para Aldé (2004, p. 135):

A mídia, evidentemente, ocupa lugar de destaque no universo de referência de todos os indivíduos, quer pela sua homogeneidade discursiva, tendendo a repetir os principais enquadramentos, quer pela acessibilidade quase universal dos meios de massa - um conhecimento é mais acessível quanto mais recente, frequente ou cronicamente disponível (...) Mas outros quadros de referência, interpessoais, interagem com cada indivíduo, modificando e condicionando seu uso da mídia.

O jornalismo se constitui em mais um meio pelo qual as pessoas obtêm informações e formulam suas próprias ideias sobre o mundo que as cerca – no caso apontado aqui, sobre política e, principalmente, sobre eleições. No entanto, o jornalismo não tem a propriedade de agir sobre as pessoas, direcionando suas opiniões a respeito de um assunto, ou no momento de uma eleição, sobre um determinado candidato ou candidata.

O agendamento e o enquadramento do aborto na eleição de 2010 segue a lógica da homogeneidade discursiva dos meios de comunicação. Em determinado momento da campanha – mais precisamente próximo ao primeiro turno, em outubro – a discussão sobre a legalização do aborto tomou conta da agenda dos veículos. Além disso, a abordagem não primou pela discussão do ponto de vista dos Direitos Sexuais e Reprodutivos, e sim, por uma conotação mais religiosa sobre o aborto.

Aldé (2004) fala sobre algo importante que é a homogeneidade dos enquadramentos noticiosos e por consequência, das notícias, durante uma campanha eleitoral. No entanto, a autora, ao analisar a interação dos sujeitos com os meios de comunicação de massa, afirma que esses enquadramentos da mídia, no momento da recepção, são influenciados pela proximidade que as pessoas possuem com organizações coletivas, ou seja, os enquadramentos jornalísticos são apenas uma das variadas fontes que essas pessoas possuem para elaborar seu entendimento sobre a política.

Ainda de acordo com Aldé (2004), a possibilidade de comparar diferentes enquadramentos tanto fornecidos pelos meios de comunicação, como oferecidos pelas pessoas ou organizações de interação mais imediata, se reflete em entendimentos e discursos mais complexos sobre a política. Isso faz com que a agenda de preocupações das eleitoras e eleitores passe a ser mais independente daquela fornecida pela mídia. Daí, talvez uma pista para investigar porque a então candidata Dilma Rousseff (PT) venceu as eleições, apesar da campanha negativa que o debate sobre a legalização do aborto provocou.

Gomes (2004, p. 321) aponta um cenário nada promissor para a política, e para os agentes políticos, em especial, na sua relação com a comunicação e o jornalismo. Para ele, se de um lado esta pode se desvencilhar da política, a política não pode existir sem a comunicação. Isso porque a política não consegue atingir a sociedade sem a mediação dos meios de comunicação. Assim, ainda que esta não seja a única forma de “satisfação da demanda cognitiva”, ela é imprescindível para o conhecimento do atual estado do mundo, ela supre as necessidades por notícias atuais e transmite a idílica ideia de que é possível conhecer tudo o que acontece em todo o mundo o tempo todo.

O jornalismo se constitui como uma instituição que possui legitimidade própria e que não necessita do aval de outras instituições para existir; apenas de seu público, com quem firma um contrato de confiança (Alsina, 2010). Essa instituição atua na perspectiva de cumprir as lógicas próprias de seu universo, satisfazendo suas demandas, e operando segundo seus critérios. Ao jornalismo não cabe a preocupação com os interesses de comunicação de outros campos, como a política. É em cima disso que o jornalismo constrói a aparência de distanciamento e independência dos poderes constituídos, como o poder político, por exemplo.

No entanto, a possibilidade de submissão dos critérios de noticiabilidade perante os interesses das empresas de comunicação são fáceis de ser apreendidas na recente história brasileira. Rubim (2004, p. 9) aponta que no pleito de 1998 “a convergência entre a estratégia governamental e o posicionamento da mídia foi flagrante”. O autor defende que naquele

período houve uma estratégia de “esquecimento” da campanha presidencial por parte da mídia, que favoreceu o candidato Fernando Henrique Cardoso (PSDB). Ainda de acordo com Rubim (2004, p.9), isso acarretou “graves prejuízos para o desenvolvimento da competição eleitoral, da democracia e da cultura democrática no país”.

Analisando a eleição de 2002, Rubim (2004) aponta um comportamento oposto por parte dos meios de comunicação. Para ele, existiu naquele momento uma superexposição da eleição e dos candidatos, antes mesmo do período oficial de campanha. Para o autor, um dos motivos para que isso tenha ocorrido foi a falta de um candidato consensual entre as elites.

Fausto Neto (1995) analisa especificamente a cobertura dos telejornais durante o impeachment de Fernando Collor, em 1992, mas traz reflexões importantes sobre o jornalismo como um todo. O autor parte da hipótese de que os meios de comunicação construíram a queda do ex-presidente de forma antecipada e afirma isso, segundo a ideia corrente de que jornalistas têm o poder de “investigar tudo e todos”, já que o jornalismo se reivindica como defensor da população, muitas vezes compreendida como incauta e iludida, contra aqueles que têm mandato, que só usurpam dinheiro e nada fazem pela população.

De acordo com o autor (1995, p. 10), “jornalistas nas mais diferentes ações, sempre de natureza discursiva, não apenas relatam o acontecimento, mas vão tecendo os acontecimentos que desembocam, finalmente, no afastamento do presidente”. Para Fausto Neto (1995, p. 10), isso se dá graças aos procedimentos jornalísticos de “pautar, agendar, interferir, simular, editar, etc., não só os cursos, mas os próprios acontecimentos”.

No caso da campanha presidencial de 2010, algo semelhante foi visto nos meios de comunicação. Ainda que uma campanha contra a legalização do aborto estivesse acontecendo em igrejas e correntes de e-mail e, conseqüentemente, a imputação do aborto estivesse sendo colocada como algo da candidata Dilma Rousseff, o debate só tomou a proporção de interferir no resultado da eleição quando foi agendado, enquadrado, editado pelo jornalismo.

Uma das principais características do jornalismo é a busca pelo “furo”. Isso requer não apenas noticiar um acontecimento novo e de grandes repercussões para a sociedade, como, prioritariamente, noticiá-lo antes dos demais concorrentes. Um evento considerado importante para a cobertura será noticiado em todos os veículos e quem não o fizer, corre o risco de ser taxado como pouco eficiente e ver seu contrato de confiança com o público, ameaçado. Assim, “mudanças nos quadros de alianças, nas intenções de voto, na composição de chapa ou escândalos (...) não podem ser ignorados por nenhum jornal de circulação maciça” (Aldé, 2004, p. 25). Dessa forma, o aborto, enquanto tema entendido como controverso na sociedade brasileira, ganha destaque na cobertura jornalística.

Sobre os meios de comunicação se referir a outros veículos como fonte de informação, Fausto Neto (1995, p. 22) comenta:

O processo de revelação e de visibilidade dos acontecimentos, além de ser produzido por regras privadas a cada dispositivo jornalístico, é basicamente engendrado por uma combinatória de processos de enunciação, nos quais os media falam de outros media, referenciam outros processos ou legitimam entre si a eficácia de cada um deles.

Se os meios de comunicação ocupam lugar central na campanha eleitoral, atingindo aquelas pessoas que possuem o poder de voto e, que são conclamadas a decidir o futuro do país, é fácil entender que a elite política tende a se aproximar dos meios de comunicação de massa. Gomes (2004) aponta que os agentes políticos tentam emparelhar suas pautas específicas com as pautas jornalísticas de duas maneiras: uma de forma ativa e outra retroativa. A primeira seria fazer com que seus enquadramentos sejam o da audiência e assim, pautar os meios de comunicação. O segundo seria identificar na audiência aquilo que está latente e se antecipar aos adversários. No caso da campanha de 2010, considero que houve uma estratégia por parte do candidato José Serra (PSDB) de identificar a latência da discussão do aborto ainda presente na sociedade. O tema já havia causado desgaste ao governo do PT, devido ao 3º Plano Nacional de Direitos Humanos (PNDH 3), e ainda estava sendo discutido pelos setores conservadores.

Para Gomes (2004, p. 70), o jornalismo político é, “por tradição, um sistema bastante hostil em face do campo político, assaz desconfiado com relação às suas artimanhas e especialmente dedicado à revelação dos fatos que a esfera política preferia que permanecessem reservados”.

Gomes (2004, p. 65) afirma ainda:

Em que pese a enorme diversidade interna do universo do jornalismo, o fato é que sua relação com o universo político transformou-se em profundidade. Diante da esfera pública temos agora uma outra esfera constituída pelas duas estruturas centrais do jornalismo contemporâneo: a empresa jornalística e o campo do jornalismo. Modifica-se igualmente a importância de cada uma das dimensões que se colocam na interface, pois onde o jornalismo se constituiu como campo não é o agente político, mas o agente do campo do jornalismo, quem controla a esfera de visibilidade pública constituída pela informação política.

Ao discorrer sobre a relação da política com o jornalismo, Gomes (2004) afirma que para tentar operar junto aos produtores de notícias, que trabalham sobre a lógica dos critérios de noticiabilidade, os agentes políticos atuam sobre “critérios de noticiabilidade”, que é justamente se submeter às regras e à lógica da produção de notícias do jornalismo. Dessa forma, as assessorias de comunicação organizam os atos de campanha de seu/sua candidata,

suas declarações, o posicionamento sobre certos temas e o silenciamento sobre tantos outros, avaliando a repercussão que isso terá na agenda do jornalismo. É uma forma de estar visível, sem precisar mexer no orçamento destinado às propagandas.

Para Aldé (2004, p. 25), a relação entre jornalismo e política é de “dependência recíproca”. A autora justifica seu argumento afirmando que os políticos são fontes indispensáveis para o jornalismo na produção de notícias e que o profissionalismo midiático dos políticos tem interferido nos critérios de cobertura jornalística. O jornalismo está preocupado com as notícias mais recentes, sempre à busca de novidades para manter a atenção do público perante um fato que julga importante. Então, o apelo da notícia vai ao encontro de elementos negativos, escandalosos, para os conflitos que geram notícias. E, seguindo essa lógica, a política e, as campanhas eleitorais, seguem essas exigências para se fazer visíveis para o público a qualquer custo.

Seguindo nessa mesma linha de argumentação, Weber (2000) afirma que a relação entre política e comunicação – no caso, a autora discorre principalmente sobre a televisão – é de “interdependência e cumplicidade”. Ainda que sejam campos diferentes, a característica que os une, segundo a autora, é a persuasão e a paixão argumentativa de que ambos dispõem. Assim, se à política o que interessa apreender do receptor são os votos, à comunicação é necessário que o sujeito se utilize da televisão para “fugas e fantasias individuais” (WEBER, 2000, p. 29).

Então, essa interdependência se dá, pois a política precisa provocar a mídia, estando presente nela, mostrando suas ações, sob o risco de ser esquecido pelo público-eleitorado. Já a comunicação enxerga na política uma pauta interessante e abundante, que pode ser tratada nos mais diversas editoriais, do caderno específico de eleições, por exemplo, até a coluna social.

Fausto Neto (1995) nos aponta que o jornalismo constrói a sua própria noção de política ao colocar “especialistas” escolhidos pelo próprio veículo para estruturar o sentido, fornecendo credibilidade ao discurso jornalístico. Para o autor, o que os meios de comunicação passam ao público é a ideia de que são capazes de ordenar a política pautando assuntos que são importantes para o próprio público, ainda que este não tenha se pronunciado. Assim, o jornalismo se constitui como uma instância com legitimidade para não só analisar e mostrar uma realidade, como para se autorreferenciar como construtor dessa realidade, e que tem o poder de mediar e revelar uma verdade, que estaria escondida pelo jogo da política. “Temos a tomada de palavra do mundo próprio dos media como referência para o mundo dos outros, como o da política e da Justiça” (FAUSTO NETO, 1995, p. 71).

Partindo da premissa de que representa a sociedade perante o poder político e que age para defender seus interesses, o jornalismo se posiciona como uma voz neutra. Um dos princípios que enfatiza é a sua suposta independência do poder público – ainda que receba altos volumes de verbas publicitárias de governos. Dessa forma, o jornalismo como tentativa de demonstrar o tão afamado desejo de objetividade opta por enquadrar a política e seus atores, principalmente os candidatos em época de eleição, como algo negativo, que não é digno de crédito e que não se pode confiar. Assim, todos e todas as candidatas são suspeitas de alguma coisa, pois a política seria inerentemente corrupta e cheia de vícios. As campanhas eleitorais nada mais seriam do que promessas que cairiam no vazio. Para Gomes (2004, p. 343):

o jornalismo político mantém a sua clássica hostilidade com relação à esfera política e frequentemente procurar gerar no público aquela desconfiança fundamental que bloqueia a plena adesão das audiências aos espetáculos protagonizados pelo campo político.

Rubim (2004) aponta mais um fator, que é a sagração do “mercado”, como alternativa à política. Diz o autor (2004, p. 17): “O sujeito político ‘mercado’, construído na e pela mídia, como que dita posturas dos candidatos e mesmo exige determinados candidatos confiáveis”.

Gomes (2004) também apresenta outra faceta dessa desconfiança em torno da política. Se de um lado, o jornalismo tende a se esquivar da representação política e encará-la como falsa, servindo para alertar o público de eleitores ao qual a política se destina, por outro, o próprio jornalismo é consumidor das encenações dos atores políticos. Para o autor, isso ocorre porque o jornalismo quer controlar essas encenações.

Dessa forma, o jornalismo passa a representar a política como uma arena de disputas entre adversários. E aqueles que estão ávidos por exposição pública vão se apresentar de acordo com as regras desse jogo. Então, o que Gomes (2004) apresenta como “jornalismo de declaração”, nada mais é do que a falta de necessidade de eventos que se tornem notícias. É preciso somente que um agente político declare sua opinião, em geral desfavorável, sobre o adversário, que isso se constitua em pauta jornalística.

Assim, as declarações consideradas polêmicas por jornalistas – como a de José Serra (PSDB) em box publicado na Folha de S. Paulo do dia 1º de outubro, em que afirma: “*Considero o aborto uma coisa terrível. Num país como o nosso, se liberaria uma carnificina*” – têm cada vez mais espaço na cobertura. O que se apresenta com isso é que a política nada mais é do que uma guerra. E que cabe aos jornalistas apresentar esses desprovidos de bom-senso e o jornalismo se coloca como um terceiro elemento que zela pela

sua audiência, usando “a sua boa justiça para identificar paternalmente para o seu público o engano universal que nessa contenda se processa” (GOMES, 2004, p. 348).

4.2 Panorama das eleições de 2010

Desde a redemocratização no Brasil, o Partido dos Trabalhadores esteve presente em todos os pleitos com a figura de Luís Inácio Lula da Silva. Entretanto, a primeira vitória só veio em 2002, após três derrotas consecutivas (1989, 1994, 1998). Em 2010, o partido se encontrava numa encruzilhada, já que Lula não poderia mais ser candidato. A saída, não sem controvérsias internas, foi a escolha da ex-ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff, para a sucessão.

Não era a primeira vez que uma mulher disputava uma eleição presidencial no Brasil – Heloísa Helena, do Partido do Socialismo e Liberdade (PSOL), foi candidata em 2006 –, mas era a primeira vez que uma mulher tinha chances de ser eleita. Seu principal adversário era José Serra, do PSDB, que já vinha de uma derrota em 2002, quando era o candidato da situação.

Chaia (2004) aponta que na disputa eleitoral de 2002, assim como nas anteriores, o “medo” foi usado como estratégia política do candidato José Serra por meio de sua propaganda eleitoral. A propaganda pautada pelo medo foi tão palpável nesse pleito que a campanha do PT se utilizou do slogan “a esperança venceu o medo” em resposta ao tucano.

Em 2010, o cenário da campanha eleitoral era diferente, porém a estratégia do medo também se fez presente. No ano anterior, 2009, o debate sobre o 3º Plano Nacional de Direitos Humanos movimentou forças conservadoras na política institucional e fora dela em torno de dois assuntos principais que se interligam e têm o poder de unir cristãos de diferentes denominações, como evangélicos, católicos e espíritas, em um só coro. A legalização do aborto e a união civil entre pessoas do mesmo sexo foram os pontos do PNDH 3 que mais causaram furor na parcela conservadora da sociedade.

De olho nas alianças a serem construídas em 2010, o governo recuou e retirou ambos os pontos do Plano. No entanto, o debate sobre a legalização do aborto que queria ser esquecido pela campanha do PT foi retomado pelas igrejas conservadoras e utilizado pela campanha de José Serra. Então, o aborto se converteu em estratégia política e virou assunto principal do debate.

Gomes (2004) discorre sobre as alianças políticas, principalmente, aquelas feitas durante o período de campanha. Para ele, as alianças buscam agregar não somente os partidos

e atores políticos, mas também aqueles setores que representam o eleitorado e que têm poder de angariar votos. “Em política não basta apenas realizar bons acertos com partidos e agentes políticos, é preciso também “combinar” com a esfera civil, que, afinal, é quem decide”. (GOMES, 2004, p. 98). Ou seja, tão importante quanto as alianças feitas é a escolha das propostas analisadas e dos temas abordados durante a campanha. Essa é uma pista para investigarmos porque o aborto não é um tema eleitoral. Pesquisa realizada pelo Data Senado, em 2012³ mostrava que 82% de entrevistados eram contra o direito da mulher decidir se quer fazer um aborto.

Se, de um lado, bispos católicos, como Dom Luiz Gonzaga Bergonzini, tiveram atuação ativa durante a campanha contra a legalização do aborto e contra a candidata Dilma Rousseff, por outro lado, apoiavam de forma velada outros candidatos. Assim, Dilma foi buscar apoio de outros segmentos religiosos, bem como fizeram os adversários Marina Silva e José Serra. Os religiosos tiveram papel importante na campanha de 2010, não apenas aumentando o número de sua bancada no Congresso Nacional⁴ – para evitar o debate de temas como a legalização do aborto e o casamento entre pessoas do mesmo sexo – como no apoio ou rejeição de candidatos à Presidência.

A campanha de 2010 em muito retoma as campanhas anteriores. Para este trabalho, o mais interessante é o resgate do aborto enquanto tema de campanha. Chaia (2004) mostra que essa não é uma pauta nova durante as eleições. Como tema tabu, o aborto ainda é usado como estratégias de campanha de candidatos e candidatas, geralmente, com o objetivo de “arranhar” a imagem pública do adversário ou da adversária.

Em 1989, “a questão do aborto e o posicionamento de Lula foram criticados e denúncias foram feitas pela equipe de Collor alegando que, caso Lula fosse eleito, ele proibiria as igrejas evangélicas de funcionar” (CHAIA, 2004, p. 34). Assim como em 2010, também líderes religiosos saíram em defesa da candidatura atacada.

Os atores políticos em uma eleição estão preocupados com a formação da própria imagem. Essa imagem está muito menos ligada a elementos visuais, embora esse seja importante, e mais com ações e discursos. Os meios de comunicação atuam na construção da imagem pública, que depende em alta conta da recepção para que se realize, ainda que essa possa ser programada na emissão e no próprio circuito da comunicação. Há uma busca por

³ http://www.senado.gov.br/noticias/DataSenado/release_pesquisa.asp?p=43. Acesso em 30 de agosto de 2013.

⁴ <http://www.diap.org.br/index.php/radiografia-do-congresso/bancadas-suprapartidarias/evangelica>. Acesso em 20 de outubro de 2013.

tentar antecipar a decodificação da mensagem, para que o receptor a decodifique “na direção exata da decifração que se deseja” (GOMES, 2004, p. 283).

Os candidatos e candidatas que se colocam na disputa eleitoral estão preocupados também com o modo que sua imagem será tratada pelo opositor, pois é necessário considerar que há fatores que dialogam com essa imagem no sentido de enfraquecê-la ou destruí-la. Assim, os atores adversários, principalmente em um processo de campanha eleitoral, se utilizam de estratégias que vão para além de se fortalecer junto ao público; vão tentar minar o opositor. Em 2010, um dos temas encontrados para difamar o adversário ou a adversária foi tentar imputar a ele ou ela a pecha de ser favorável à legalização do aborto, ou melhor, de “ser a favor do aborto”, uma vez que não se pretendia uma discussão profunda da legalização da prática no país, mas apenas criar um boato e uma mobilização sobre o tema.

De acordo com Gomes (2004, p. 286):

Trata-se, nesse caso, não apenas de produzir a sua imagem como também de fazer com que o adversário perca o controle da própria imagem. Isso significa introduzir no circuito sinais que invalidem a imagem que o adversário deseja criar para si e/ou inserir sinais codificados para produzir na recepção uma imagem negativa deste último”.

A imagem pública, num ambiente em que os meios de comunicação são centrais como no período eleitoral, também se torna fonte de preocupação de candidatos e candidatas. O jornalismo na sua lógica e estrutura próprias seleciona, hierarquiza, interfere e dissemina imagens públicas. Logo, os agentes políticos não têm poder sobre essa circulação como teriam em uma realidade não mediada pelos meios de comunicação de massa.

A presidencialização da política, com seu enfoque demasiado em cada candidato e candidata, traz consequências para as imagens públicas que cada um/uma quer formar no momento do jogo eleitoral. Com o objetivo final de angariar votos do público-eleitor/a, as/os candidatas/candidatos buscam se adequar àquilo que tem mais chances de agradar ao eleitorado. Daí, que num país em que a discussão pela legalização do aborto está incipiente, nada mais comum do que a negativa pessoal dos candidatos sobre o tema. De acordo com Gomes (2004, p. 276), *“a política da imagem não procura propriamente que o público deseje ou considere valorosos a posição que se sustenta e/ou o ator que se apresenta, mas busca identificar o que o público já deseja e já considera valoroso para acomodar a isso posição e ator”* (grifo do autor).

O autor fala ainda sobre o que ele chama de “presidencialização das campanhas”, que é a campanha eleitoral focada cada vez mais no candidato e não nas propostas do partido ou conjunto de partidos que representa. Essa é uma prática cada vez mais comum no Brasil

por diversos motivos. Um enfraquecimento dos partidos políticos aliado a um crescimento dos debates televisivos e à profissionalização das campanhas e da comunicação política, em geral, poderiam ser apontados como os fatores que levam a esse fenômeno. Assim, na campanha de 2010, o que estava em jogo era a opinião pessoal do candidato e das candidatas sobre um assunto de saúde pública, que é o aborto.

A campanha eleitoral e, com mais peso, a campanha presidencial é tratada pelos agentes envolvidos – tanto meios de comunicação, quanto políticos e assessores – como algo do nível do consumo. Assim, há um tratamento para esses atores que durante um período ocupam boa parte dos noticiários, dos jornais e das propagandas, que se assemelha àquele dispensado às celebridades. Gomes (2004, p. 113) argumenta que “devassa-se a esfera política como se devassa a vida privada das celebridades e da cultura em ondas cada vez mais crescentes de hiperexposição”.

Um exemplo do que aponta Gomes (2004) é encontrado na cobertura da campanha presidencial de 2010. Além de o candidato e candidatas serem inquiridos sobre suas opiniões pessoais sobre o aborto, outros personagens entraram em cena nessa discussão, como seus familiares ou pessoas do convívio pessoal. Assim, na edição de 02 de outubro de 2010, foi veiculada uma notícia sobre o batizado do neto da candidata Dilma Rousseff, na Folha de S. Paulo. O evento foi enquadrado como uma agenda de campanha, em que Dilma tentava mostrar que possui valores religiosos. Essa era uma maneira de responder às críticas que vinha sofrendo de que não prezava pelas religiões cristãs no país. A personalização ou presidencialização das campanhas, como propõe Gomes (2004), é um elemento da nova democracia brasileira, mas que é encontrada em outras partes do mundo, como Estados Unidos e França.

4.3 Uma eleição, duas mulheres

Entre todas as idiossincrasias que caracterizaram a campanha de 2010, uma que merece atenção nesse trabalho é a presença de duas candidatas ao mais alto posto da democracia brasileira: a Presidência da República. Dilma Rousseff (PT), candidata da situação, e Marina Silva (PV) – apontada como uma terceira opção entre a polarização entre o PT e o PSDB de José Serra – protagonizaram um momento até então inédito no Brasil.

Sanematsu e Melo (2012) apontam em pesquisa sobre a cobertura das eleições de 2010, pelos principais veículos de comunicação do país, que a discussão da reforma política foi um tema pouco abordado. Ponto importante da reforma, que é o acesso das mulheres à

vida política institucional, também não ocupou as páginas dos jornais e os minutos dos telejornais.

Sobre a participação de mulheres nas eleições, os jornais e revistas se limitam apenas a noticiar a lei de cotas – que estabelece que 30% das candidaturas dos partidos sejam de mulheres – ou a enfatizar o paradoxo entre duas candidatas à Presidência da República e o péssimo lugar que o Brasil ocupa no número de cadeiras ocupadas por mulheres. Em um ranking com países da América Latina, o Brasil aparece em penúltimo lugar em número de mulheres em Câmara de Deputados e Senado Federal, à frente somente do Panamá. Nas eleições de 2010, apenas 3.968 mulheres se candidataram a algum cargo, de um total de 19.472 candidaturas⁵.

Uma reivindicação dos diversos grupos do movimento feminista e de demais movimentos sociais que pressionam por uma reforma política, é a lista fechada dos partidos e sua alternância de sexo. A defesa da lista fechada tem como intuito garantir não apenas as candidaturas femininas, mas sim a eleição das mulheres, uma vez que no atual sistema o partido tem apenas a obrigação de preencher as cotas, sem dar suporte econômico e político para as candidaturas femininas. Além disso, seria necessária uma punição para os partidos políticos que descumprem a legislação – o que não está previsto.

Sanematsu e Melo (2012) apontam também que a mudança da lei de cotas, em 2009, não foi discutida pelos meios de comunicação. A nova lei mudou a responsabilidade dos partidos, de apenas *reservar* um mínimo de 30% das vagas para cada sexo, para *preencher* um mínimo de 30% das vagas.

Menos de 10% dos textos analisados chama atenção para a proporção entre homens e mulheres no acesso e participação em espaços de poder e decisão, sendo que as revistas e os jornais de circulação regional abordaram mais a questão da sub-representação das mulheres na política do que os jornais nacionais (SANEMATSU; MELO, 2010, p. 511).

Minoria no mundo político, França e Corrêa (2012) salientam que as mulheres não são mais alvo do escrutínio e do julgamento pessoal do que os homens. Para as autoras, o preconceito e a criação de estereótipos atua de maneira mais contundente contra aquelas que “se aventuram nesse lugar tão masculino, que é a política” (FRANÇA e CORRÊA, 2012, p. 320).

⁵ Genere y Partidos Politicos (GEPPAL) <http://www.iadb.org/pt/publicacoes/detalhes,7101.html?id=24026&dcLanguage=es&dcType=Databases%20&%20Datasets&doctype=Databases%20%26%20Datasets&docTypeID=DatabaseDataset&searchLang=&keyword=&selectList=All&topicDetail=0&tagDetail=0&jelcodeDetail=0&publicationCover=1>. Acesso em 20 de setembro de 2013.

Então, se de um lado a política é regida sob uma ética androcêntrica, que coloca os homens como únicos agentes capazes de nela operar, as mulheres sofrem por não corresponder a esse padrão imposto e de não serem reconhecidas por sua competência. A ultrapassada ideia que liga as mulheres apenas aos afazeres domésticos ainda permeia a política e seus atores e, especialmente, a comunicação e as editoriais de políticas e seus especialistas. Logo, se a mulher que assume a vida política não comporta os modelos essencializantes do que é ser mulher, ela é criticada por sua falha na representação do que se entende por feminino. Caso ela cumpra com aquilo que é esperado “por ser mulher”, ela é vista como alguém que está fora do que é esperado do campo político.

A visão de que os homens formam o único grupo capaz de assumir uma vida política – e importante salientar que os homens brancos e heterossexuais é que constituem esse grupo – é refletida também quando se analisam as fontes utilizadas pela imprensa. Sanematsu e Melo (2012, p. 509) afirmam que mesmo quando as notícias tratavam da participação das mulheres na política, a fonte era composta, em sua maioria, de homens: “a maioria dos especialistas e técnicos citados como fontes são homens, tanto no caso dos jornais regionais quanto nos nacionais e nas revistas”.

Se uma face da moeda é a de que apenas homens são aptos para participar da elite política brasileira, a outra é a de que mulheres não podem fazer o mesmo. Isso se evidencia em outro dado apontado por Sanematsu e Melo (2012) de que as matérias questionam e emitem juízos de valor mais sobre candidaturas femininas do que sobre candidaturas masculinas. Há uma ideia de que as mulheres por não pertencerem àquele mundo estão ali graças a algum favor ou para cobrir algum espaço que estava reservado a um homem. Evidente é que muitas mulheres chegam até a política por meio de seus companheiros, ou pais, ou irmãos. No entanto, constroem suas carreiras diferenciadas das deles, como é o caso da presidenta da Argentina, Cristina Kirchner, em 2007.

Além disso, as autoras mostram que ainda que não tenha sido a tônica da cobertura jornalística da campanha de 2010, os termos pejorativos ainda incidem mais sobre as candidatas do que sobre candidatos. No estudo realizado por Sanematsu e Melo (2012), foram encontradas apenas 20 matérias que dispensam tratamento pejorativo aos pleiteantes, sendo 12 relativas às mulheres, tanto em jornais de circulação nacional, quanto regional.

Analisando o discurso de diversos veículos de comunicação sobre o corpo da então candidata Dilma Rousseff, França e Corrêa (2012) apresentam como sua aparência é alvo de inúmeras notícias e comentários por parte da imprensa e por parte de outros homens que

também estão na política. Esse tipo de preocupação com o corpo masculino não se faz presente quando se tem candidatos homens disputando uma eleição presidencial.

França e Corrêa comentam (2012, p. 329):

Vale ressaltar, na pauta de exposição midiática da Ministra, e das entrevistas a que responde, a ênfase no pessoal e no domínio da esfera privada: a casa, a afetividade, a família, os filhos, etc. Muitas das perguntas colocadas para a Ministra na mídia não parecem usuais no tratamento de candidatos homens.

No caso da cobertura jornalística da candidata Dilma Rousseff, as autoras mostram que o sexismo foi o enquadramento mais pungente. Houve, além das preocupações de cunho pessoal, que são características das coberturas focadas em pessoas candidatas e não em programas partidários, um exacerbado questionamento sobre a “feminilidade” da candidata.

Moreno (2012) apresenta que as mulheres que estão no poder são tratadas de forma diferente dos homens pela mídia. A autora discorre sobre a legislação canadense que foi modificada para inibir o sexismo com que as mulheres em posições de poder político eram tratadas no país. Moreno (2012) mostra que questionar os meios de comunicação é questionar a sua responsabilidade perante a sociedade. Ao ver reconhecido que não tratam de maneira igual homens e mulheres, os meios de comunicação são confrontados com a ideia de objetividade que tanto defendem.

Sobre os estereótipos que a mídia utiliza para tratar de mulheres políticas – e, principalmente, de candidatas, o mais comum é a ligação da mulher com o espaço doméstico. Assim, ainda que estejam na política, seja disputando um cargo ou ocupando-o, as mulheres continuam a ser retratadas pelos atributos que são entendidos como sendo concernentes ao sexo feminino. “A maior parte das representações refere-se às mulheres candidatas como ligadas à família, no papel de mãe, filha, esposa, avó, etc.” (SANEMATSU e MELO, 2012, p. 512).

Isso indica também que a vida pessoal das mulheres é mais noticiável do que a vida dos homens candidatos. As autoras apontam que os jornais não centraram suas pautas e enquadramentos de notícias na vida pessoal dos postulantes. No entanto, quando isso aconteceu, as mulheres candidatas foram mais visadas que os candidatos homens. Esse dado se assemelha ao uso de termos pejorativos na cobertura jornalística, uma vez que, apesar de não ser abundante, quando acontece, atinge mais as mulheres do que os homens.

4.4 Espetáculo ou mais do mesmo?

A pergunta feita nesse subcapítulo é uma discussão sobre os diferentes pensamentos que existem sobre a relação entre mídia e política. Enquanto alguns autores demonizam essa relação, colocando a mídia como a principal responsável pela crise dos partidos políticos e pelo “esvaziamento da política”, outros entendem que é preciso pensar sobre ela e não apenas ignorar essa relação que cada vez se torna mais estreita.

Para uma análise sobre a comunicação que incide sobre a política e vice-versa não é possível tratar o que acontece na televisão, no rádio e nos jornais impressos, e desde 2010, com mais furor na internet, como algo descolado da realidade, tentando pensar numa política idílica que se realizava somente na rua e no tête-à-tête. Existe uma complexa trama dentro da relação mídia-política do que o suposto binômio pode fazer crer. Há um desencantamento da política e um distanciamento da população da vida política, que foi motivada pelas três décadas de Ditadura Civil Militar, passando pela eleição de Fernando Collor e a guinada neoliberal nos dois governos posteriores. Mas isso não pode ser depositado apenas na conta dos meios de comunicação, embora não se subestime sua importância nesse quadro.

Os cidadãos e cidadãs convocados a participar de dois em dois anos das eleições não se sentem representados nem parte daquele poder instituído, posto que a democracia brasileira está muito mais ligada à representação do que à participação. Basta pensarmos que o número de votos para se criar um novo partido no Brasil é de apenas 500 mil assinaturas, enquanto uma proposta de lei popular deve angariar um milhão e meio de rubricas. Ou seja, para criar um projeto de iniciativa popular, é possível formar três partidos no país.

Outro motivo para aumentar o fosso entre agentes políticos e a população é a maneira como decisões no Congresso Nacional são tomadas. Temas importantes de interesse da população são decididos sem que os/as representantes eleitos/eleitas consultem aqueles que os elegeram. A utilização de instrumentos participativos como os referendos e plebiscitos é raro na atual democracia brasileira. Ainda que pouco visibilizada – justamente por atentar contra a hegemonia dos grupos econômicos que comandam as empresas de comunicação brasileiras – a discussão sobre as concessões públicas de rádio e televisão está também na pauta por uma ampla Reforma Política. Para além da distribuição, o que movimentos sociais discutem sobre o controle social sobre a programação dos veículos.

Além disso, um fator que vem sendo discutido, principalmente no ano de 2013 sob o calor dos protestos de junho, é o financiamento das campanhas eleitorais. Gomes (2004) aponta que a tríade mercado, política e meios de comunicação está inserida num sistema permeado por conflitos, tensões e acomodações. No atual modelo político só é possível fazer

uma campanha midiática “com imprensa, propaganda, pesquisas de opinião e dinheiro” (GOMES, 2004, p. 148).

Ora, o dinheiro empregado nas campanhas eleitorais – e que não é franciscano – volta para a iniciativa privada, depois da eleição, por meio de projetos de lei, emendas parlamentares ou licitações em que só algumas empresas conseguem participar. Gomes (2004, p. 148) relata os principais ramos de negócios que estão preocupados com a vida política brasileira: “empreiteiras, os bancos, as montadoras de automóveis, as concessionárias privadas de serviços públicos e as operadoras de cartão de crédito”. Então, a discussão do sistema de financiamento público exclusivo de campanha é uma forma de aproximar a política da população.

Com isso, quero afirmar que existem diversos outros fatores que atuam no distanciamento entre cidadãos e cidadãs e política e que apenas a ideia de que a política é espetacularizada pela comunicação não pode dar resposta aos questionamentos que buscam entender essa nova configuração. É claro que esse distanciamento passa pela democratização dos meios de comunicação e por uma pluralidade de atores envolvidos nas gestões dessas concessões públicas, no caso da radiodifusão, mas não só por ele.

O resgate que Gomes (2004) faz da política do rei Luis XIV, o Rei Sol, mostra que desde o século XVII a aproximação entre comunicação e política já estava presente. Para o autor, a construção da imagem pública de Luis XIV foi um empreendimento de uma política de Estado, que conservava nele a figura do soberano e de todo o reinado.

O mais impressionante desse episódio histórico é provavelmente o fato de que o centro do poder político tenha dedicado grande parte das suas melhores energias e das suas melhores mentes a um empreendimento que, tudo somado, consiste em *fazer ver, fazer pensar e fazer sentir* determinadas coisas a respeito de um sujeito e de um Estado que nele se encarnava (GOMES, 2004, p. 364).

Então, mesmo num período em que a comunicação tal qual a conhecemos atualmente não existia, havia um esforço por parte do governante soberano de se mostrar não só a seus súditos – dos servos à corte – como aos demais reinos da Europa. Havia uma tentativa de criar uma imagem pública daquilo que ele gostaria que vizinhos, inimigos, e toda sorte de pessoas vissem quem era o rei da França e, por consequência, o seu reinado.

Rubim (2002) foi ainda mais longe na história para demonstrar que poder político e comunicação já andavam juntos, ainda que de forma alguma se parecesse com o que temos atualmente. O autor afirma que “anterior ao surgimento da política na Grécia antiga, por volta do século V antes de Cristo, já o espetáculo estava estreitamente ligado ao exercício do poder

político” (RUBIM, 2002, p. 6). O exemplo que o autor cita é o da construção das pirâmides do Egito, como forma do governante comunicar seu poderio aos que estavam sob sua tutela.

A comunicação de massa – e, especialmente, a televisão – marcaram uma nova forma de se fazer política não só no Brasil, mas também em outros países do globo. Existe uma ideia de que os meios de comunicação provocaram o esvaziamento das eleições, no que se refere a propostas e uma maior tendência ao que se chama de espetacularização da política. Isso advém de uma concepção de que comunicação e política, em algum momento operaram de forma separada, o que não é verdade como demonstra Gomes (2004) e seu estudo sobre Luis XIV ou se analisarmos o uso da comunicação feita pelos regimes nazista e fascista no início do século passado. Weber (2000, p. 18) aponta também para a centralidade da comunicação na política e a relação que permeia ambas: “há uma intimidade e cumplicidade entre comunicação e política marcadas pela história das democracias e dos totalitarismos de esquerda e de direita. Há modos de fazer a política do capitalismo e do socialismo, mas a comunicação as aproxima”.

A comunicação é indispensável para a política, ocupando um espaço de poder junto a ela. Essa força midiática se transformou na atualidade. De acordo com Weber (2000, p. 16), “as organizações políticas e o próprio governo se tornam cada vez mais reféns do sistema global de comunicações, na medida em que suas redes se constituem nos mais importantes ‘suportes de consenso’”, uma vez que serão utilizadas pelas mais diversas instituições. A autora lembra que essas instituições existem de forma separada da comunicação, mas que é somente essa que produz um discurso hegemônico capaz de penetrar nas mais diversas configurações da sociedade. Para ela, “as organizações mediáticas, se constituem no principal suporte hegemônico do Estado capitalista contemporâneo” (WEBER, 2000, p. 16).

A forte presença da comunicação no período eleitoral e sua relação estreita com a política não podem ser vistas como uma deformação desta, ocasionada pela intensa participação dos meios de comunicação. Não se pode alegar culpa à comunicação e ao jornalismo, como se a política fosse um espaço sem autonomia e subserviente. A tensão que norteia essa relação tem prejuízos e benefícios para as duas partes envolvidas. Posto está que a política muitas vezes se condiciona ao poder exercido pela mídia, como as concessões a rádios realizadas no primeiro governo de Fernando Henrique Cardoso, governante que foi blindado pela mídia, em sua campanha de reeleição, em 1998, conforme Rubim (2004).

Concordamos com Gomes (2004), quando afirma que a comunicação é um sistema da prática política e que tem provocado profundas transformações na sua ação, em seus atores e sua representação. No entanto, a comunicação não pode ser entendida como um elemento

que vá destruir a política, pois essa continua existindo ainda que os demais sistemas com os quais se relaciona desapareçam ou sejam substituídos. Segundo o autor, a política contemporânea está configurada da forma que conhecemos, pois a política se orienta para uma relação com a comunicação, valorizando o meio, a linguagem, os recursos concernentes a ela. “São exemplos do novo conjunto de habilidades requeridas na arena política, dos novos valores a partir dos quais se julga e se recompensa o êxito” (GOMES, 2004, p. 424).

A atual centralidade da comunicação não requer que a política elimine outros de seus sistemas, como os partidos políticos, por exemplo. Há espaço para ambos, embora os partidos tenham perdido parte de seu controle sobre a política. Para Gomes (2004), a política se desenvolve em razão de sua organização interna e de externa. Assim, os partidos políticos – lógica interna – não foram substituídos pela comunicação – lógica externa –, mas que houve uma exacerbação das atividades desta, numa sociedade em que a comunicação de massa alcançou um espaço central. Para Gomes (2004, p. 429): “a política de partidos explica-se numa sociedade de partidos, enquanto a política midiática explica-se numa sociedade cuja sociabilidade é mediada por meios leigos e independentes de comunicação e por campos profissionais jornalísticos autônomos”.

Rubim (2002) também apresenta argumentos contrários de que a espetacularização da política é algo ruim e que a esvazia. Para ele, o espetáculo é apenas mais uma possibilidade de realização política como qualquer outro. O que ocorre é que a nova configuração da sociedade coloca os meios de comunicação numa posição privilegiada, que já teve a Ágora grega, por exemplo. Para ele, não houve uma época em que a política foi mais genuína do que a política que acontece nos atuais moldes, e que seria um equívoco pensar dessa forma.

Pensar a política e sua comunicação requer analisar os aspectos emocionais e psicológicos que ela mobiliza. Por isso, a encenação, os ritos, constituem o fazer político. Rubim (2002, p. 7) assinala: “o estranhamento só aflora, quando se trabalha com uma concepção unilateral, redutora e simplista da política, concebida como atividade orientada apenas por sua dimensão argumentativa”.

Não se pode confundir o espetáculo com a mídia em si mesma. Rubim (2002) propõe que se faça uma diferenciação entre a espetacularização e a midiatização. O primeiro não depende da mídia para existir, como quando pensamos nos espetáculos políticos encenados por Luis XIV ou na grandiosidade das pirâmides. Embora o espetáculo possa ocorrer pela mídia, essa não é sua única possibilidade de veiculação. A midiatização é a adequação da política à linguagem própria da mídia, fazendo desta o local por excelência com o qual se

comunica com seu público-eleitor e incidindo sobre os demais espaços onde a política se realiza.

O procedimento de midiatisação, portanto, pode ser definida como essa adequação à mídia, às suas linguagens estético-culturais especializadas, mesmo quando ela não ocorre em perspectiva espetacular. Já a busca de uma espetacularidade midiatisada implica em bem mais que a mera midiatisação. Ele exige que, além de ser adequada à mídia, a “mensagem” seja trabalhada e submetida às operações específicas do processo de espetacularização, tais como elencadas anteriormente (RUBIM, 2002, p. 20).

De acordo com Rubim (2002), a política midiatisada é apenas uma forma sob a qual a atual política se movimenta, sem, contudo, ignorar sua dinâmica própria e seus objetivos estabelecidos. O que acontece é a entrada de novos atores, instrumentos e estratégias nessa dinâmica, que estão mais ligados ao campo da comunicação. Ponto importante salientado pelo autor é que a possibilidade de espetacularização, que antes era prerrogativa apenas do campo político, agora passa a ser disputada pelas mídias. No entanto, se torna evidente mostrar que os atores mais poderosos estarão mais aptos a criar seus próprios espetáculos em consonância com a comunicação, do que aqueles que, conforme Rubim (2002, p. 23), “acreditam e lutam por um outro mundo possível”, como os movimentos sociais.

Quando pensamos em espetáculo e política, a associação com os meios de comunicação é imediata. No entanto, o rótulo de espetáculo como algo depreciativo não pode caber nessa nova configuração em que a política se encontra. O que se percebe é que a comunicação nunca esteve desvinculada da política, até porque essa não seria possível sem votos e, principalmente, sem apoiadores e para angariar ambos é preciso se comunicar. Para chegar até essas pessoas era imprescindível a utilização de meios que garantissem a adesão ao projeto defendido. O que temos na atual política ocidental é uma relação cada vez mais íntima com os meios de comunicação em que ambas se transformam mutuamente. A política prescinde cada vez mais da comunicação de massa para se fazer presente e até para legitimar suas ações. Para tanto, a política entra no jogo negociado entre os dois campos, assumindo as consequências positivas e negativas que isso tem para sua dinâmica própria.

5 FEMINISMO E ABORTO

No dia seguinte, constou por toda a parte que a coitadinha da anã estava grávida. A coitadinha da anã engravidou, dizia toda a gente. E toda a gente, incapaz de conter fúria e perplexidade, exclamava ordinariamente: ai a ordinária (O filho de mil homens - Valter Hugo Mãe).

Partindo de um pressuposto de uma realidade social construída, podemos pensar também que as mulheres muitas vezes estiveram fora dessa construção. Melhor dizendo, estiveram sempre presentes, mas a história se esqueceu de incluí-las na trajetória da humanidade. A mídia não lembrou – e não lembra – de ouvir as mulheres em suas reportagens, ainda que representem a maioria das profissionais de redações.

Ainda que analisem especificamente o rádio, podemos levar para outras esferas o que Bochini e Reimão (2006) mostram sobre as dificuldades das mulheres dentro do jornalismo. As autoras afirmam que as mulheres têm que demonstrar mais competência e responsabilidade para exercerem funções profissionais dentro da comunicação do que os homens e que essas relações são sempre permeadas pelo preconceito e pela desvalorização da mulher.

Em outro estudo, Pinho (s.d.) mostra que as editorias em que há uma maioria de mulheres há também mais notícias favoráveis à legalização do aborto. A autora (s.d., p. 149) mostra que “naqueles espaços onde é maior a concentração de mulheres também está concentrado o maior número de matérias favoráveis ao aborto, ou que reforçam ideias mais liberais em relação ao tema”.

O aborto é um tema invisibilizado na sociedade, pois é algo íntimo que acontece com mulheres no âmbito do particular, que realizam o procedimento em espaços privados, mas que tem ressonância no público. A invisibilidade do aborto revela também a invisibilidade das mulheres e seus problemas em uma sociedade marcada pelo sexismo. Por isso, é tão caro ao movimento feminista a politização das relações pessoais. No caso do aborto, este é um assunto da ordem do privado, mas que deve ser tomado como problema social pelo Estado.

Sobre essa invisibilidade podemos pensar que a campanha presidencial de 2010 foi marcada pela presença de duas mulheres na disputa – algo inédito até então. No entanto, o fato de serem mulheres não foi suficiente para que tanto Dilma Rousseff (do PT) quanto

Marina Silva (candidata do PV) adotassem uma postura favorável à legalização do aborto. Ao afirmar isto não pretendo dar um caráter essencializante à categoria “mulher”.

A despeito de todas as implicações eleitorais – tema tabu, alianças religiosas, possibilidade de perda de votos –, o pano de fundo é que um problema circunscrito ao corpo feminino não tem relevância para a sociedade, não adquire status de problema social. Quando o aborto foi agendado na mídia durante a campanha presidencial, diversos atores disputavam o poder de significação e de apropriação do termo.

5.1 Gênero e sexo

Às mulheres estão reservados os lugares da submissão e do secundário. O movimento e as teorias feministas estão empenhados em questionar as relações de opressão contra esses sujeitos que constituem o “outro” dessa história. Entendemos que não é possível falar de mulheres como uma categoria universal, mas que é necessário localizar as diferenças que marcam essas identidades.

Harding (1993) alerta para o fato de que o que chama de “teorias patriarcais” – ou seja, todas aquelas teorias não feministas – são sobre homens brancos, heterossexuais, burgueses e ocidentais. Logo, uma teoria feminista não pode pensar uma mulher nesses mesmos moldes. É preciso pensar nas mais diversas interseccionalidades – como raça, classe, sexualidade e contexto internacional. O conceito de gênero foi elaborado para se contrapor ao de patriarcado, que sofreu a crítica de ser vazio de conteúdo, “um sistema opressivo tratado, às vezes, quase como uma essência”, conforme as palavras de Piscitelli (2004, p. 48).

Na busca por uma alternativa que explicasse que a opressão contra as mulheres era marcada por especificidades históricas e sociais e não era natural, como o conceito de patriarcado pretendia, o conceito de gênero começou a figurar como central para essas explicações. O fracasso do patriarcado como conceito para explicar toda e qualquer forma de opressão das mulheres ao longo do tempo e em toda e qualquer cultura permitiu a formulação do conceito de gênero.

Rubin (1993, p. 2) adotou a ideia de “sistema sexo/gênero”, que tem como definição “um conjunto de arranjos através dos quais uma sociedade transforma a sexualidade biológica em produtos da atividade humana, e na qual estas necessidades transformadas são satisfeitas”. A autora pretendia compreender a estrutura de opressão e subordinação sexual das mulheres, mas sem atrelá-la ao capitalismo, como pretendiam as feministas socialistas.

A inauguração desse conceito trouxe importantes avanços nas teorizações femininas, mas foi alvo de crítica por essencializar o sexo. Piscitelli (2004, p. 53) citando Haraway (s.d.) afirma que “na insistência no caráter de construção social do gênero, o sexo e a natureza não foram historicizados e, com isso, ficaram intactas ideias perigosas relacionadas com as identidades essenciais tais como *mulheres e homens*”.

Entretanto, Piscitelli (2004, p. 51) aponta que o conceito de gênero empreendido por Rubin (s.d.) apresenta duas importantes contribuições para pensar a dominação. A primeira é colocar as construções sociais das mulheres “em termos de sistemas culturais”. Com isso, a autora busca repensar como operam os sistemas históricos da diferenciação sexual. Outro ponto levantado por Rubin é caracterizar as relações de poder por meio do sistema sexo/gênero em contextos específicos. Assim, o conceito de gênero seria neutro, evidenciando que nem todas as relações são marcadas pela opressão e que é possível o agenciamento.

O sistema sexo/gênero elaborado por Rubin sofre críticas de Butler ao evidenciar que ele prescinde de uma ideia de sexo pré-discursivo, como se gênero fosse a inscrição cultural daquilo que é biológico. “Ele (o sexo) também é o meio discursivo/cultural pelo qual a ‘natureza sexuada’ ou ‘um sexo natural’ é produzido e estabelecido como ‘pré-discursivo’, anterior à cultura, uma superfície politicamente neutra sobre a qual age a cultura” (BUTLER, 2003, p. 25).

A ideia de gênero ainda sofre críticas por se sobrepor a quaisquer outras categorias e não permitir a interlocução com estas. Tanto o movimento quanto as teorias feministas são apontadas por não fazer essa intersecção a partir da raça e classe. As feministas brancas, burguesas, heterossexuais e de países do Norte falavam de todas as mulheres sem levar em conta as diferenciações, muitas vezes em nome de uma representação política.

Sobre isso, Butler (2003) comenta que há uma relação entre poder e representação e que não se pode pensar no sujeito do feminismo como algo estável. O feminismo descentrou o sujeito iluminista, mas ao tentar definir uma unidade representacional acabou por limitar o que constitui a categoria de mulheres. Salientar que há uma pluralidade de mulheres não resolve o problema da exclusão.

Se alguém é uma mulher, isso certamente não é tudo que esse alguém é; o termo não logra ser exaustivo, não porque os traços predefinidos de gênero da “pessoa” transcendam a parafernália específica de seu gênero, mas porque o gênero nem sempre se constituiu de maneira coerente ou consistente nos diferentes contextos históricos, e porque o gênero estabelece interseções com modalidades raciais, classistas, étnicas, sexuais e regionais de identidades discursivamente constituídas (BUTLER, 2003, p. 20).

Embora o feminismo pretenda ser um movimento político e teórico que dê conta das questões das mulheres, ele muitas vezes se constitui em espaço de exclusão de parte que não se encaixa no padrão branco, classe média, heterossexual. Isso pode ser exemplificado quando pensamos que o movimento feminista brasileiro tem seu início com as mulheres exiladas, brancas e de classe média, que puderam sair para as lutas cotidianas graças ao trabalho das mulheres negras que estavam como empregadas domésticas.

Não é possível falar em “mulheres” como uma categoria sem excluir várias outras dimensões do que isso significa. O aborto ilegal no Brasil faz mais vítimas entre as mulheres negras e pobres. Esse dado é consequência da história brasileira de raízes racistas e escravocratas. Diniz e Medeiros (2010, p. 964), em pesquisa sobre o perfil das mulheres que abortam no Brasil, concluem que “a PNA (Pesquisa Nacional de Aborto) indica que o aborto é tão comum no Brasil que, ao completar quarenta anos, mais de uma em cada cinco mulheres já fez aborto”. A pesquisa aponta ainda que o aborto é comum entre mulheres de todas as classes sociais, cuja prevalência aumenta com a idade, com o fato de ser da zona urbana, ter mais de um filho e não ser da raça branca.

Graças a uma ideia torpe de universalidade das mulheres e a uma visão eurocêntrica, o feminismo tenta silenciar as vozes dissonantes do que prega o discurso dominante. Dessa forma, as mulheres negras vítimas de outras opressões além do sexismo continuam invisíveis dentro do movimento feminista.

As mulheres negras enfrentam duas barreiras enquanto militantes: dentro do feminismo não veem contempladas as discussões étnico-raciais; como militante negra é ignorada a exigência de que “a dimensão de gênero se instituisse como elemento estruturante das desigualdades raciais na agenda dos Movimentos Negros Brasileiros” (CARNEIRO, 2003, p. 120). Evidente está que é necessário interseccionar a luta contra a opressão de gênero com outras lutas.

Brah (2006, p. 342) afirma que “o objetivo central do feminismo tem sido mudar as relações sociais de poder imbrincadas no gênero”. Sobre isso, a autora quer dizer que o gênero é constituído dentro de processos e contextos de poder globais, mas também dentro de condições sociais específicas. “Dentro dessas estruturas de relações sociais não existimos simplesmente como mulheres, mas como categorias diferenciadas tais como “mulheres da classe trabalhadora”, “mulheres camponesas” ou “mulheres imigrantes”” (BRAH, 2006, p. 341). Essas categorias diferenciadas que aponta Brah (2006) revelam que mesmo dentro do grupo das mulheres há aquelas que experenciam outras formas de opressão para além do sexismo.

O silenciamento das mulheres na mídia é um reflexo e uma construção do que acontece na sociedade. Os enquadramentos noticiosos ajudam a construir uma realidade e “ocupam posição central na cristalização de imagens e sentidos sobre a mulher negra” (CARNEIRO, 2003, p. 125). Ousaria afirmar que com as mulheres negras essa cristalização se dá de maneira mais perversa, devido ao racismo e classismo aí embutidos, mas que acontece também com outras mulheres em graus distintos.

No caso do aborto, Fontes (2012) mostra que de um universo de 434 notícias e reportagens sobre o tema, veiculados em jornais e revistas brasileiras durante as eleições de 2010, 85 vozes religiosas foram ouvidas, enquanto oito feministas e sete profissionais de saúde estiveram presentes com seus discursos. Isso demonstra a força da religião enquanto fonte primária, enquanto as mulheres que fizeram aborto e suas histórias de vida estiveram ausentes do enquadramento jornalístico.

A recusa, consciente ou inconsciente, em dar voz às mulheres na mídia sobre um assunto que lhes diz respeito intimamente é uma forma de colocá-las num lugar em que se pode falar sobre elas, em que não é preciso ouvi-las. As reportagens falam pela mulher subalternizada, aquela que não tem direito sequer de se expressar sobre algo que acontece em seu corpo. O silenciamento às mulheres é apontado por Spivak (2012) dentro de uma relação colonial em que as mulheres são duplamente subalternizadas por estarem na parte inferior do globo – pensando uma relação da divisão internacional do trabalho – e por serem mulheres.

O aborto parece ser um tema sobre o qual existe uma verdade e que não há possibilidade de mudança de seu status de crime e pecado. O aborto é aquilo que é não natural, que interrompe uma trajetória tida como linear que vai desde a fecundação até o nascimento de um indivíduo. O aborto é visto como uma “prática que interrompe a obra criadora de Deus” (GALEOTTI, 2004, tradução nossa). A mulher que decide pelo aborto está na contramão daquilo que prega uma sociedade de valores patriarcais, em que uma mulher só se realiza plenamente na função materna. A maternidade é vista como algo do campo do sagrado que as mulheres não podem abrir mão. A Virgem Maria não recusou a maternidade do filho de Deus, portanto, as simples mortais não têm o direito de fazer o mesmo.

As mulheres são vistas como seres destituídos de autonomia, que devem ser tuteladas pelos homens e pela Igreja. O aborto é a negação absoluta da maternidade, esta vista como função sublime que está circunscrita às mulheres e por elas desejada. As mulheres só são completas ao serem mães, pois se equiparam à Virgem Maria.

Por conseguinte, o aborto é a negação do ideal de mulher e de sociedade, pois esta só pode ser formada dentro de valores cristãos. Dessa forma, o que se espera é a “obediência e

servidão da mulher em relação ao homem e a procriação de tantos filhos quantos Deus e a natureza determinassem, como pressuposto para construção de ‘uma sociedade portuguesa cristã’” (VENTURA, 2004, p. 27).

Numa sociedade de relações patriarcais, tudo deve continuar como está. Ainda que gozando de algumas modificações em sua estrutura autoritária – visto que foi permitido que um operário fosse presidente do país e que duas mulheres disputassem o comando –, não foi permitido que um assunto que diz respeito ao corpo das mulheres fosse tratado amplamente como uma discussão do campo dos Direitos Humanos.

Tendo como base a campanha presidencial de 2010, Dilma Rousseff, candidata do PT e com maior vantagem na disputa, já havia se posicionado anteriormente em favor da legalização do aborto. Em entrevista ao jornal Folha de S. Paulo, em 2007, quando era Ministra da Casa Civil, a presidenta afirmou: “Acho que tem de haver a descriminalização do aborto. No Brasil é um absurdo que não haja, até porque nós sabemos em que condições as mulheres recorrem ao aborto”.⁶ Essa entrevista foi lembrada em outras reportagens durante a cobertura do jornal nas eleições de 2010, numa tentativa de mostrar incoerência no discurso da então candidata durante a campanha.

Aliada ao discurso conservador sobre a legalização do aborto, a também candidata Marina Silva (PV) sofreu ataques pela sua proposta de fazer um plebiscito sobre o tema. Para setores conservadores que a apoiavam isso ainda não era suficiente, pois era necessário ser enfático no discurso antiescolha. Sob o título *Líder Evangélico ataca Marina e anuncia apoio a Serra*⁷, a notícia mostra que o pastor evangélico Silas Malafaia retirou seu apoio à candidatura de Marina Silva, do PV, e em seguida declarou que pediria votos para o candidato José Serra (PSDB). O pastor é reconhecidamente um agente público com apelo midiático que se opõe à garantia de direitos a grupos minoritários como a população LGBT e as mulheres.

O debate sobre o aborto quando toma a agenda midiática, e também a agenda política, é feita embasada principalmente na moralidade da prática em si. Diniz (2008) relata o tom das discussões no Superior Tribunal Federal (STF) quando do julgamento da permissão do aborto de fetos anencéfalos, em 2004. A autora afirma que a base moral da religião cristã que esteve presente nos argumentos contrários à descriminalização foi usada por ministros do STF, e são geralmente essas fontes e suas falas que estarão presentes nas reportagens.

Uma maneira de antagonizar essa argumentação é colocar a legalização do aborto numa perspectiva de saúde pública. Assim, feministas e profissionais de saúde apresentam

6 Edir Macedo defende Dilma sobre aborto - <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po3009201007.htm>

7 <http://www1.folha.uol.com.br/poder/805644-lider-evangelico-ataca-marina-e-anuncia-apoio-a-serra.shtml>

que os gastos com o abortamento inseguro são altos e diminuiriam com a sua legalização. Pesquisa da Rede Nacional Feminista de Saúde e Direitos Reprodutivos (2008)⁸ aponta que:

O gasto anual do SUS com internações decorrentes de aborto foi estimado em 10 milhões de dólares, em 2004, considerando-se a média de 238 mil procedimentos/ano, excetuados os casos de abortamento infectado que evoluem para septicemia e exigem internações prolongadas.

Ainda que considere útil e urgente a discussão do aborto em termos de saúde pública e os prejuízos que sua criminalização traz ao Sistema Único de Saúde (SUS), é imprescindível que essa discussão se dê também no âmbito dos Direitos Sexuais e Reprodutivos, como forma de garantir a soberania das mulheres sobre seus corpos.

O poder religioso aliado ao político tem dominado a significação do aborto, uma vez que são eles que impõem a ideia de tabu ao debate sobre a sua legalização. Ao enfocar cinco “avanços da teoria social” que permitiram o descentramento do sujeito, Hall (2011, p. 44) elenca o feminismo “tanto como uma crítica teórica quanto como um movimento social”.

Assim como os outros movimentos do Maio de 68, o feminismo apelava para a identidade social de seus militantes, bem como questionava estruturas políticas como os partidos e invocavam o surgimento de novas forças políticas. No entanto, o autor aponta cinco questionamentos próprios do feminismo que fazem dele o principal movimento de contestação identitária do período.

Ao questionar a distinção entre público e privado, o feminismo possibilitou a discussão de temas que até então estavam circunscritos ao doméstico, como a família, o trabalho doméstico, entre outros. Trazendo para a realidade brasileira, o aborto é a última instância da vida das mulheres que não é permitido ser discutido no âmbito público, seja na mídia, seja por meio de políticas públicas.

Podemos pensar que outras formas de violência contra a mulher – sim, a ilegalidade do aborto pode ser entendida uma violência – passaram a ser percebidas como algo que atenta contra a dignidade das mulheres. Como exemplo, a violência doméstica e sua tipificação como crime com a Lei Maria da Penha, de 2006. No entanto, quando se trata de assumir que as mulheres tenham controle sobre seus corpos e soberania sobre suas decisões e, portanto, tenham assegurado o direito ao aborto, o pensamento hegemônico é que isso não deve acontecer, pois as mulheres não são dignas de decidirem algo tão importante e que a prática do aborto seria mais comum.

8 Epidemiologia do aborto inseguro em uma população em situação de pobreza Favela Inajar de Souza, São Paulo - http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-790X2008000100007&script=sci_arttext

Figura 1 (5)- Mapa ilustrativo dos países onde o aborto é legalizado e onde é permitido



Fonte: <http://www.womenonwaves.org/pt/media/inline/id/4541>

A Figura 1 (5) acima ilustrada apresenta o mapa que mostra os países onde o aborto é legalizado e onde é proibido. A leitura que salta aos olhos é que os países do Norte têm legislações mais favoráveis aos direitos das mulheres do que os países do Sul. Na América do Sul, apenas o Uruguai aprovou a legalização do aborto, em dezembro de 2012.

Dado importante é que onde o aborto é legalizado sua incidência é menor e o número de morte de mulheres também. Portanto, o argumento de que a legalização leva a uma “carnificina”, como alegou José Serra, é uma falácia.

As estatísticas do número de abortos provocados no Brasil podem ser supostas, mas não provadas. Isso se dá pela sua ilegalidade, o que faz com que as mulheres recorram a

abortos clandestinos em clínicas particulares ou por uso de remédios, como o Misoprostol, popularmente conhecido como Cytotec. Usado para tratamento de úlcera, o remédio tem como efeito colateral a indução ao aborto.

Os números divulgados pelo Ministério da Saúde são dos casos de mulheres pobres que chegam à rede pública de saúde já em processo final de abortamento e que muitas vezes são mal atendidas e violentadas pelos profissionais de saúde que as atendem. Já as mulheres que procuram uma clínica particular para a realização do aborto, não entram nas estatísticas do governo federal.

Assim, a estimativa de 1.054.242 abortos induzidos em 2005 contempla apenas as mulheres que procuraram atenção no Sistema Único de Saúde (SUS). O processo de abortamento inseguro está presente em todo o mundo, mas tem seus piores índices nos países em desenvolvimento, que contam com leis restritivas e punitivas. No Brasil, a pena é de um a quatro anos de reclusão para a mulher que consente o aborto e de um a quatro anos para quem o realiza.

5.2 Feminismo à brasileira

Pensar no feminismo no Brasil nos remonta a dois momentos históricos distintos: o primeiro, nas décadas de 1920 e 1930, com as sufragistas; o segundo, nas décadas de 1970 e 1980. Porém, é preciso ressaltar que essas são narrativas hegemônicas que desconsideram diversas outras mulheres, organizadas ou não, que estavam questionando seus lugares na sociedade em outros espaços.

O voto feminino, conquistado no país em 1932, tinha como defensoras as mulheres organizadas na Federação Brasileira pelo Progresso Feminino (FBPF), com destaque para a cientista Bertha Lutz. Ainda que seja importante salientar que essas mulheres eram brancas, oriundas de uma elite intelectual e política e, portanto, não representavam a maioria das brasileiras, elas se organizaram e lutaram dentro de seus espaços e conforme as condições que tinham para desafiar o Estado.

As mulheres desse momento histórico, inscritas nesse contexto, lutavam pela emancipação econômica e educacional, pois acreditavam que somente a educação formal e um emprego assalariado lhes dariam dignidade. Essas mulheres bem articuladas internacionalmente - uma vez que o movimento sufragista corria toda a Europa e Estados Unidos, e tendo Bertha Lutz se educado em Paris – e com alianças com políticos que estavam

no poder, não questionavam valores como a família e a maternidade. Porém, de acordo com Besse (1999, p. 190):

Bertha Lutz estava convicta de que o feminismo deveria ser entendido como algo mais do que um movimento reformista pacífico que surgia naturalmente no momento histórico em que a produção doméstica se transferia para o mercado; era também um movimento que visava a uma “revolução permanente” nos costumes, hábitos e leis.

O feminismo das sufragistas não questionava a naturalização de certas atribuições femininas, como o cuidado do lar e das crianças, reforçando os papéis de esposa e mãe. O divórcio foi assunto sobre o qual se esquivaram de emitir opinião (BESSE, 1999) e o aborto nem sequer era objeto de discussão. Falamos apenas em aborto, pois a construção dos Direitos Sexuais e Reprodutivos é algo alheio à realidade destas mulheres, visto que é algo recente na história dos Direitos Humanos.

Importante também ressaltar que as demandas da FBPF não encontravam eco entre as mulheres pobres e negras, pois estas sempre trabalharam. As mulheres operárias também tinham outras demandas sobre o trabalho, diferentemente daquelas apontadas pela FBPF e, assim como as empregadas domésticas, não estavam associadas à entidade.

Há um hiato na história sobre a organização das mulheres feministas entre os anos de 1940 até 1970. Enquanto a França estava vivendo o Maio de 68, no Brasil a realidade era de uma ditadura militar repressiva. Aquelas mulheres que romperam com os valores tradicionais da sociedade estavam nas organizações lutando pelo retorno da democracia e o fim do Golpe Militar.

Não é possível traçar uma narrativa linear do percurso do feminismo no Brasil. Diversas lutas, formas de organização, atores sociais, avanços e recuos formaram o que tentamos estabelecer como uma história única. Enquanto as mulheres das camadas médias, que contavam com empregadas domésticas, podiam questionar seu papel na sociedade, buscar satisfação pessoal fora do lar para outras milhões de mulheres pobres não era uma escolha, e sim o único caminho a ser seguido. Enquanto temos mais visibilidade das lutas das trabalhadoras urbanas, as rurais também estavam organizadas.

A presença das empregadas domésticas nas casas brasileiras permitiu que as mulheres das camadas médias pudessem escolher suas profissões e se organizar politicamente já nas décadas de 1960 e 1970. Sarti (1988) chama a atenção para as diferenças de raça e classe que marca a relação entre patroas e empregadas, pois enquanto as primeiras tinham no trabalho remunerado uma escolha e realização pessoal, isso não era possível para as

trabalhadoras domésticas. “Escolher e cumprir a sina são representações que traduzem as diferenças estruturais de classe” (SARTI, 1988, p. 39).

A situação das mulheres negras que não encontravam no feminismo um lugar de identificação é tratada por Hooks (2004). Ainda que num contexto estadunidense, a autora mostra a partir de sua própria experiência que aquilo pelo qual ansiavam as mulheres brancas não tinha sentido para as negras, que há muito estavam trabalhando.

Os problemas e dilemas específicos da classe das ociosas donas de casa brancas eram problemas reais que mereciam atenção e transformação, porém não eram os problemas políticos urgentes de uma grande quantidade de mulheres. Muitas delas viviam preocupadas com a sobrevivência econômica, a discriminação racial e étnica, etc” (HOOKS, 2004, p. 34, tradução nossa).

Butler (2003) argumenta que mesmo com algumas mudanças no horizonte do pensamento feminista, incluir outros eixos de opressão como raça, etnia e classe, ainda é algo difícil de ser superado. A insistência de feministas brancas no argumento de que todas as mulheres são iguais e que sofrem da mesma maneira a opressão machista é típico da invisibilidade que se dá às mulheres negras e de classes populares – pois, como bem lembra Hooks (2004), a luta de classes é inseparável da luta para acabar com o racismo.

É na década de 1970 que vão surgir os primeiros grupos feministas no Brasil, localizados principalmente em São Paulo e no Rio de Janeiro. Nesse momento, as mulheres estavam à frente de várias demandas não só de caráter feminista, daí a nomeação de “movimentos de mulheres”. Importante salientar que há uma diferença entre movimentos feministas e movimentos de mulheres. Nem todas as mulheres que atuavam em outros movimentos sociais, como os de bairro, por exemplo, se identificavam como feministas.

Assumir-se como feminista não era – e não é – tarefa fácil para aquelas mulheres. Muitas militavam em partidos de esquerda e eram acusadas pelos companheiros de estarem desvirtuando a luta de classes. As questões feministas eram consideradas de segunda ordem. Goldberg (1989) denuncia que havia um silenciamento das mulheres na esquerda sobre processos machistas na militância em nome de “um bem maior”. Aquelas que na década de 1960 rejeitavam os valores vigentes do casamento e da moral não tinham o mesmo posicionamento dentro das organizações de que faziam parte.

O retorno ao país das mulheres exiladas marca profundamente o feminismo brasileiro, repercutindo tanto na vida pessoal das mulheres quanto no projeto político feminista. Sobre isso, Menicucci (2005, p. 132) comenta:

As feministas brasileiras nosotras, ex-exiladas, ex-presas políticas, viajantes trouxeram, no final da década de 1970 e no início de 1980, essa questão dos direitos humanos das mulheres com muita força e muita radicalidade para as

mobilizações. Radicalidade que está associada à luta pelo direito ao aborto, na medida em que essa questão relaciona-se à noção mais forte, mais reacionária, mais conservadora da maternidade compulsória, que é a base moral judaico-cristã. Nesse raciocínio, a questão do aborto é uma questão de direitos humanos para as mulheres.

Embora compreendamos a impossibilidade de tratar o feminismo brasileiro como um espaço homogêneo, sem disputas, consideramos que o direito ao aborto legal e seguro, bem como a luta contra a violência doméstica e sexual, são pautas que unem as diversas expressões do feminismo.

Corrêa; Januzzi; Alves, 2006, p. 6) apontam que o movimento feminista tem na garantia dos direitos reprodutivos das mulheres um de seus pilares:

O movimento feminista sempre colocou como ponto fundamental a luta pela autonomia, o que implica em um projeto de existência abarcando as diversas esferas da vida, especialmente nos campos da sexualidade e da reprodução. O direito de escolha e a liberdade de decisão nos assuntos sexuais e reprodutivos são pontos centrais que orientam as ações e demandas do movimento feminista no Brasil e no mundo. Assim, toma relevância as questões relativas à saúde integral da mulher e à saúde sexual e reprodutiva, incluindo o acesso à contracepção e ao aborto seguro. Historicamente, as reivindicações pelos direitos sexuais e reprodutivos têm funcionado como um catalisador para a ampliação de outros direitos.

Os dois exemplos são marcas da conhecida ideia de que o “pessoal é político”, que buscou evidenciar que a opressão não estava só do lado de fora da casa, mas também muito presente no âmbito privado. Nas discussões acerca da legalização do aborto tanto no Brasil quanto na América Latina, sua defesa esteve muitas vezes associada à saúde pública. Porém, as feministas defendem a legalização como um direito humano. Desde a Conferência Internacional sobre População e Desenvolvimento do Cairo (1994) e a IV Conferência Mundial sobre a Mulher de Beijing (1995) definiram-se os Direitos Sexuais e Reprodutivos como Direitos Humanos e que devem ser assegurados pelos Estados signatários, entre eles, o Brasil.

A Conferência do Cairo abriu novas perspectivas quanto aos direitos humanos das mulheres. Pela primeira vez, no capítulo VIII “o aborto inseguro é reconhecido como um grave problema de saúde pública. Afirma-se que as mulheres devem ter acesso a serviços para tratar as complicações decorrentes do aborto inseguro” (CORRÊA, JANUZZI; ALVES, p.10). Já a Conferência de Pequim recomenda aos países signatários, do qual o Brasil faz parte, que revisem as leis que punem as mulheres que recorram à interrupção voluntária da gravidez.

Os direitos sexuais e reprodutivos são conceitos recentes que se inserem dentro do conjunto dos Direitos Humanos. Os documentos finais da Conferência do Cairo em 1994 e da

IV Conferência de Pequim no ano seguinte foram os primeiros passos no sentido de tratar o assunto da saúde sexual e reprodutiva das mulheres no campo dos direitos. Embora os planos de ação de ambas sejam documentos importantes que baseiam as leis dos Estados signatários, elas não têm força de convenções ou tratados internacionais o que não obriga a alteração da legislação dos Estados.

Mello (2005) aponta que no mesmo ano da Conferência de Pequim, em 1995, foi apresentada uma Proposta de Emenda Constitucional (PEC) pelo deputado pernambucano Severino Cavalcanti, que incluía o direito à vida desde a concepção e que acabou sendo derrotada. Caso fosse aprovada, a proposta restringiria o debate no aborto do país.

5.3 Discussões políticas sobre o aborto

O aborto como tabu se apresenta como uma explicação ontológica, anterior a qualquer explicação humana. A condenação do aborto é algo que vem de Deus e não há quem vá contra Ele. No entanto, o que a Igreja Católica não revela para seus fieis é que nem sempre o aborto foi visto como um pecado repudiável como é nos dias atuais. Analisando documentos da hierarquia da Igreja sobre o assunto, Rosado (2012, p. 27) nos revela que:

Finalmente, em 1869, o Papa Pio IX adota explicitamente a teoria da personalização imediata, condenando qualquer aborto e em qualquer estágio da gravidez, determinando pena de excomunhão a quem quer que o praticasse. Essa condenação absoluta do aborto, historicamente muito recente, mantém-se como posição oficial da Igreja até os dias atuais.

A mesma autora afirma que ainda que, embora seja um tema polêmico, o aborto “não pode e não deve ser tratado como um dogma ou tabu”. Paixão (2006, p. 192) afirma que no século XIX “a prática da proibição do aborto expandiu-se por razões econômicas, já que sua prática nas classes populares podia representar uma diminuição da oferta de mão-de-obra, de suma importância para o bom êxito da Revolução Industrial”.

Ao colocar a discussão em termos de dogma religioso e tabu, os grupos pró-vida – que são formados por pessoas de outras denominações religiosas como evangélicos e espíritas, além de católicos – retiram qualquer possibilidade de mudança. Aquilo que Bakhtin (2006, p. 46) chama de “dialética interna do signo”, que faz com que haja disputa de significação sobre um termo, é descartado e os grupos pró-escolha – como as feministas – que buscam realizar esse debate são tratados com “desprezo condescendente” (CHAUÍ, 2000).

Um dos entraves para a discussão da legalização do aborto na sociedade tem uma raiz cultural. A relação maternidade-mulher traz consequências para a vida das mulheres, pois

uma parece ser indissociável da outra. A sacralização da maternidade e o mito do amor materno carregam consigo a impossibilidade de as mulheres de terem uma vida plena longe desses estereótipos.

A maternidade é entendida como a experiência-fim das mulheres, como se toda a sua vida estivesse voltada para o momento em que serão mães. Assim, o aborto representa a negação total de uma representação construída e que não condiz com a realidade. A relação mulher-mãe está naturalizada na sociedade ocidental, defendida pela Igreja Católica e representada ideologicamente nos meios de comunicação.

Sobre o mito da maternidade, Santos (2003, p. 256) afirma que “nossa cultura destaca gravidez, parto, amamentação, vínculo mãe-filho como momentos privilegiados da trajetória feminina em detrimento de outros e, em contrapartida, a experiência da maternidade ainda é percebida como meta precípua e inevitável para todas as mulheres”.

No Brasil, o aborto não só é proibido como é considerado crime. A discussão do aborto está associada à legislação sobre planejamento familiar, que tem como principal referência a Constituição de 1988, sendo tratado pelo Código Penal (CP). De acordo com o CP, que data de 1940, o aborto só pode ser realizado em dois casos: no caso de risco de morte da mãe e em caso de estupro. Depois do julgamento do Superior Tribunal Federal, em abril de 2012, o aborto em caso de fetos anencéfalos, passou a ser permitido.

Leis que visam retroceder o Código Penal de 1940 são uma constante no Congresso Nacional, colocando feministas e igrejas em campos opostos nesse debate. Levantamento feito por Rocha (2005) aponta que entre os anos de 1999 e 2004 foram apresentadas 11 propostas de leis de parlamentares ligados a setores religiosos com esse intuito, inclusive projetos que querem evitar o abortamento de mulheres e meninas vítimas de estupro.

Está posto que homens e mulheres não desfrutam dos mesmos direitos e que o artigo 5º da Constituição de 1988 que garante que “homens e mulheres são iguais, nos termos desta Constituição” não é praticado. Um dos motivos é a supremacia masculina no legislativo brasileiro, que implica em elaborações de leis que pouco ou de nenhum modo promovem a igualdade entre homens e mulheres. Num país machista, as desigualdades entre homens e mulheres são vistas como naturais.

Então, num cenário político que tem uma maioria de homens ocupando as cadeiras do Congresso Nacional – do total de 513 deputados, 45 são mulheres e das 81 vagas no Senado, apenas 12 são ocupadas pelo sexo feminino – e que não é percebido como problemático por quem detém o poder, o aborto não figura como direito, mas da ordem do pessoal. Com tamanha desigualdade de gênero entre os que ocupam o poder político, a

elaboração de leis androcêntricas é uma constante. E o aborto não é uma preocupação política, pois esse é um problema “que gera um impacto desproporcional sobre as mulheres, já que as afeta com intensidade incomparavelmente maior do que aos homens” (SARMENTO, 2006, p. 162).

A negação ao aborto não é só uma violência contra quem decide fazê-lo, mas um ultraje a todas as mulheres. Para Ardaillon (2005, p. 276), entender as discussões, argumentos e divergências dos variados atores sociais sobre o aborto ajuda a entender a democracia brasileira, pois expressam “os parâmetros sociais que as promovem”. Para a autora, os argumentos utilizados “revelam, sobretudo, a maneira pela qual o gênero (a construção social da desigualdade entre os sexos) cunha diferentemente a cidadania de homens e mulheres e, por isso mesmo, que tipo de modernidade e que grau de democracia a sociedade brasileira aceita”.

Da década de 1960 até o final da década de 1990 a preocupação dos legisladores esteve voltada para as discussões sobre o controle de natalidade. Durante esses 30 anos, o debate sobre a esterilização de mulheres foi o principal, dividindo-se entre aqueles que defendiam o controle de natalidade e os que se posicionavam contra. No entanto, esse foi um dos raros momentos em que feministas e Igreja estiveram no mesmo campo de atuação, embora se utilizassem de argumentos distintos. Enquanto os grupos pró-escolha defendiam a soberania da mulher e denunciavam políticas eugenistas – já que havia grande incidência de laqueadura em mulheres pobres –, os grupos pró-vida defendiam a sacralidade da vida intrauterina.

Um dos momentos marcantes da articulação entre vários grupos feministas foi a Constituição de 1988 e a pressão das feministas “que contemplou cerca de 80% das suas propostas, o que mudou radicalmente o status jurídico das mulheres no Brasil” (CARNEIRO, 2003, p. 117). Uma das importantes conquistas do movimento foi ter impedido a proposta que pretendia colocar o direito à vida desde a concepção em seu artigo 5º.

As discussões no Brasil entre grupos favoráveis e contra a legalização sempre estiveram pautadas em questões éticas e não políticas. Assim, o que é entendido como aceitável eticamente para feministas não o é para a Igreja Católica. Ou seja, ambos estão disputando a hegemonia de valoração de um mesmo signo. Rocha (2005, p. 153) afirma: “o que esteve sempre presente nessa discussão é uma questão de natureza ética a respeito da liberdade de decisão nessa área, situação em que há total discordância entre o pensamento oficial da Igreja católica e as ideias do movimento feminista”.

Feministas e a Igreja Católica, desde a década de 1980, principalmente no processo da Constituinte, se enfrentavam para o debate sobre a legalização do aborto. Enquanto o primeiro grupo defendia a autonomia e a decisão das mulheres sobre o assunto, o segundo tinha como eixo a defesa de que a vida se inicia na concepção. De acordo com Rocha (2005, p. 140), “trata-se da polarização em torno da questão ética referente a valorizar, ou não, a autonomia individual para decisões nessa matéria. Questão essa, a propósito que representa a principal tensão no debate sobre a questão do aborto”. Até o momento, o intenso debate entre grupos favoráveis e grupos contrários à legalização resultou positivo para o primeiro, ao passo que a lei foi ampliada com a decisão do Supremo Tribunal Federal ao permitir o aborto de fetos anencéfalos, em 2012.

O aumento do número de congressistas representando setores conservadores aumentou nos últimos anos. Ainda que professem religiões diferentes, os deputados da chamada “bancada pela vida” costumam atuar de maneira conjunta para impedir a votação de medidas favoráveis à legalização do aborto, ou temas igualmente polêmicos, como a união civil de homossexuais.

Sobre isso, Rocha (2005, p. 149) comenta:

Conforme já se anunciara, essa etapa (de 2003 a 2007) é caracterizada por uma acentuada presença de novos projetos originários de parlamentares vinculados a grupos religiosos e, só mais recentemente, recebeu algumas propostas, de algum modo, favoráveis ao direito de aborto.

Apesar do avanço, há diversas leis tramitando no Congresso Nacional que pretendem ou restringir ou endurecer a pena para mulheres que abortaram e profissionais de saúde que as auxiliaram. Levantamento feito por Rocha (2005) aponta que entre os anos de 1999 e 2004 foram apresentadas 11 propostas de leis de parlamentares ligados a setores religiosos com o intuito de restringir a legislação sobre o aborto. Entre eles, projetos que querem evitar o abortamento de mulheres vítimas de estupro.

De 1999 a 2007 foram apresentados apenas sete projetos que de alguma forma são favoráveis ao aborto, a maioria entre os anos de 2003 a 2007, coincidindo com o primeiro governo do ex-presidente Lula. O debate que se arrasta desde a Constituinte não provocou mudanças significativas na Constituição Federal ou no Código Penal, que está passando por reformulação. Um dos itens é a descriminalização do aborto, que deve seguir os parâmetros adotados no Uruguai em lei aprovada em 2012, que permite o aborto mediante laudo médico.

5.4 Jornalismo e aborto

Tomando a mídia como espaço de uma disputa ideológica em torno do tema do aborto, percebemos que o debate está colocado também na política em termos de moralidade, e que políticos ligados a igrejas, principalmente, têm atuado pela estagnação ou retrocesso da garantia dos Direitos Sexuais e Reprodutivos.

Na mídia, as notícias sobre o aborto têm ganhado destaque mediante discussões no âmbito político. Ao mesmo tempo em que há um comprometimento midiático em torno da ideologia hegemônica sobre o assunto, os jornais também pautam a agenda política. Assim, a discussão sobre o aborto no campo político toma conotações do enquadramento que é proposto pelo campo jornalístico.

O ponto colocado pelos grupos pró-vida para a discussão sobre o aborto tem sido o do início da vida. Os grupos religiosos por meio de seus representantes na Constituinte de 1988 tentaram alterar o artigo 5º da Constituição Federal, que versa sobre o preceito da inviolabilidade do direito à vida, e introduzir a expressão “desde a sua concepção”. Essa manobra dificultaria as discussões e a possibilidade de alteração da lei (ROCHA, 2005). Sobre isso, Pinho (2009, p. 139) argumenta:

O argumento liberal que encontramos na justificativa da proteção dos direitos individuais, que remonta dos princípios de separação entre Estado e Igreja e da defesa da propriedade, tenta justificar toda tipificação penal com base em argumentos seculares, mas, em um caso como esse, retorna a um dilema moral ao se deparar com a necessidade de se definir, politicamente, o que deve ser entendido como “vida”.

Esse argumento tem espaço também nos meios de comunicação, colocado pelos definidores primários da discussão, que geralmente, são os grupos pró-vida. São eles que dão o tom do debate que será feito e em que termos ele será construído.

Rocha e Neto (2003) acreditam que o debate em um espaço como o Congresso Nacional coloca em evidência os atores envolvidos com o tema. O Parlamento brasileiro é o local onde ecoam as discussões que estão presentes na sociedade e resvalam também na mídia. “No contexto do debate dessa década, particularmente em sua segunda metade, o aborto deixa de ser um assunto limitado às páginas policiais, como se observa no estudo da Comissão de Cidadania e Reprodução (CCR), ganhando espaço nas páginas políticas” (ROCHA; NETO, 2003, p. 291)

Mello (2005) acredita que a defesa da legalização do aborto não é somente uma demanda feminista, mas um assunto de toda a sociedade, que deve estar envolvida no debate.

Nesse ponto, a autora mostra que outros setores como juízes, advogados, profissionais de saúde e parlamentares têm se tornado fontes para a mídia sobre o assunto.

Conhecer as vozes ouvidas pelos meios de comunicação nas notícias sobre aborto é fundamental para entender quem são os atores que detêm a primazia das discussões. Pinho (2012) apresenta que de 552 citações em 1.242 matérias sobre aborto, a Igreja Católica e a Confederação Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) são ouvidos em 128, ocupando o primeiro e o terceiro lugar, respectivamente. Já as instituições do movimento feminista aparecem em quinto lugar, com as Católicas pelo Direito de Decidir (CDD) com apenas 17 citações.

O silenciamento das mulheres e de seus problemas está presente em diversas relações de poder, em que as mulheres constituem esse “outro” sobre o qual se fala, sem dar a ele qualquer voz. As mulheres não são ouvidas pelos meios de comunicação, pois não são vistas como fontes dignas de crédito. As suas reivindicações não estão na pauta dos jornais.

O jornalismo – e as/os jornalistas – também confina as mulheres ao silêncio. Carneiro (2003, p. 125), ao falar sobre o papel dos meios de comunicação na cristalização de imagens da mulher negra, nos alerta que:

Os meios de comunicação não apenas repassam as representações sociais sedimentadas no imaginário social, mas também se instituem como agentes que operam, constroem e reconstróem no interior da sua lógica de produção os sistemas de representação.

O aborto visto pela sociedade como assunto da ordem do privado tem consequências para os termos em que o debate da legalização é colocado. Para além da discussão moral e de saúde pública que tem pautado, principalmente, a mídia, há o entendimento do aborto como um Direito Humano. Porém, essa possibilidade de significação defendida pelas feministas, é apagada pelos grupos religiosos, que são vozes mais frequentes na mídia.

Na campanha presidencial, os candidatos foram convocados pelas Igrejas e, na sequência, pela mídia a expressarem suas opiniões sobre o aborto. Todos se mostraram contra a legalização e se utilizaram de uma estratégia de jogar para o oponente a defesa do aborto. Nem mesmo no embate eleitoral em que duas mulheres estiveram presentes, o tema do aborto foi agendado numa perspectiva de Direitos Humanos.

O silenciamento de Dilma Rousseff e Marina Silva faz parte do jogo político. É como se a elas fosse até permitido estar nesse local – o de uma campanha presidencial – que seria dos homens por excelência, mas desde que não defendam bandeiras que só dizem respeito às mulheres. As duas candidatas mulheres se colocaram no debate por meio do ocultamento de

suas posições políticas sobre a legalização do aborto, em prol da chegada ao poder. Interditar o debate, negar a discussão, desinformar também se constitui em um ato político.

6 UM OLHAR SOBRE OS JORNAIS FOLHA DE S. PAULO E JORNAL DO COMMERCIO

A análise do trabalho está centrada em matérias veiculadas por dois jornais impressos: Folha de S. Paulo e Jornal do Commercio. A Folha de S. Paulo é um jornal de circulação nacional, com sede na cidade de São Paulo, que começou a circular sob esse nome em 1960, após a fusão das publicações do Grupo Folha: *Folha da Noite*, *Folha da Manhã* e *Folha da Noite*. Com uma tiragem média de 301.299 exemplares, o jornal é o maior do país em circulação, com oito cadernos diários e 10 suplementos. A empresa declara que sua linha editorial tem por premissa “a busca por um jornalismo crítico, apartidário e pluralista”⁹.

O Jornal do Commercio faz parte do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação, empresa do grupo JCPM, e foi fundado em 3 de abril de 1919. Com uma tiragem média de 41.239 exemplares, o jornal é o maior do estado de Pernambuco. Além disso, tem o maior número de assinantes de todos os jornais do Nordeste. Ao todo são cinco cadernos diários e outros cinco suplementos¹⁰.

O corpus do material analisado corresponde a um total de 105 notícias e reportagens levantadas nos meses de setembro e outubro de 2010. Ainda que tenhamos encontrado material nos meses antecedentes – julho e agosto – e posteriores ao processo eleitoral – novembro –, optamos por nos concentrar nos dois meses que apresentaram maior volume de publicações. Além disso, nos dois meses elencados ocorrem as duas eleições – de primeiro e segundo turnos.

Na Folha de S. Paulo levantamos 65 notícias, e no Jornal do Commercio foram 40. No primeiro veículo, as reportagens foram retiradas tanto do caderno ‘Eleições 2010’, que circulou entre 06 de setembro e 05 de outubro, e da editoria ‘Poder’. Já no segundo jornal analisado, as notícias foram encontradas na editoria ‘Política’.

Optamos por não utilizar artigos de opinião ou editoriais, ou cartas de leitor para essa pesquisa, pois a intenção foi centrar a análise a partir do que foi publicado pelos profissionais de cada veículo analisado. Da Folha de S. Paulo, utilizamos material disponibilizado pelo banco de dados da própria empresa e também de pesquisa nos seus arquivos online.

No Jornal do Commercio, a coleta foi feita mediante pesquisa no *site* do próprio jornal e também nos arquivos da Biblioteca Pública do Estado de Pernambuco. Foram

⁹ http://www1.folha.uol.com.br/institucional/linha_editorial.shtml. Acessado em 13 de novembro de 2013

¹⁰ <http://www.assinejc.com.br/FiquePorDentroJC.aspx>. Acessado em 13 de novembro de 2013

encontradas matérias compradas de agências de notícias – sendo duas da Folhapress, ligada à Folha d S. Paulo – e também matérias produzidas localmente. Ao todo, foram analisadas 40 matérias do jornal.

6.1 Processos de ancoragem das Representações Sociais do aborto

Falar sobre o aborto requer recorrer ao ‘universo reificado’ do corpo humano. Procedimento interno que só ocorre no corpo de mulheres, a gestação ainda carrega representações do sagrado – com a Virgem Maria – e o aborto ainda é um procedimento desconhecido pela sociedade, como até mesmo pelas mulheres que o realizam.

O aborto faz parte dos universos reificados da medicina e da religião. Ao mesmo tempo em que é um procedimento da ciência, também pertence aos discursos e dizeres das religiões, principalmente, as cristãs. A Igreja Católica e as denominações neopentecostais evangélicas têm posição contrária à prática, mesmo nos casos permitidos pela legislação brasileira.

Tratar do aborto no Brasil, em que a sua prática é legalizada em apenas algumas situações, de forma adequada, é fugir da dicotomia de “ser contra ou a favor do aborto”. O que os grupos envolvidos no debate trazem ao fundo é a discussão sobre a total legalização e regulamentação da prática, ou a manutenção das proibições e até aumento das interdições.

O processo de ancoragem tem por objetivo tornar familiar o não familiar, incorporado aos universos consensuais, sendo que é por meio da ancoragem que se dá a criação das Representações Sociais. No caso das 105 matérias analisadas, tivemos contato com um grande número de dados que nos parecia sem explicação possível. No entanto, com uma análise mais detalhada, percebemos que os discursos de fundo presentes nas matérias jornalísticas estavam ligados a dois pontos primordiais da discussão sobre o aborto: a legalização e a criminalização. Percebemos que as categorias que surgiram estavam vinculadas a essas duas ancoragens.

Dentro da ancoragem de legalização, elencamos quatro categorias que se referem a ela: *Morte*, *PT* (Partido dos Trabalhadores), *Negação da maternidade* e *Saúde Pública*. Já para a categoria de criminalização, quatro outras categorias foram levantadas: *Valores Cristãos*, *Vida*, *Conservadorismo* e *Família*. No entanto, ressaltamos que as categorias têm fronteiras tênues, ou seja, uma mesma matéria pode conter duas ou mais representações do aborto.

Por contarmos com uma extensa matéria - 105 ao todo -, optamos pela utilização da Análise de Conteúdo para nos auxiliar com pesquisa dos textos encontrados. A Análise de Conteúdo teve seu apogeu nos Estados Unidos, no período da Segunda Guerra Mundial. Após esse momento, a metodologia passou a ser muito criticada pelos intelectuais marxistas que defendiam que a análise quantitativa não permitia maior aprofundamento nas questões da comunicação de massa. Porém, foram os próprios marxistas que revisaram sua posição e que afirmaram que “o trabalho crítico não se define pelas técnicas de pesquisa que utiliza” (FONSECA JÚNIOR, 2006, p. 281).

A superação do aspecto meramente quantitativo da análise de conteúdo se deu pela introdução da inferência no seu fazer técnico. Assim define Franco (2007, p. 29), para quem “produzir inferências, é, pois, a razão de ser da análise de conteúdo”. A inferência também permitiu que os mecanismos de mensagem que não podem ser observados fossem trazidos à tona pelo pesquisador. Fonseca Junior (2006) ainda lembra que as inferências contribuíram ainda para diminuir o impacto positivista da análise de conteúdo.

Bauer (2002) considera que a análise de conteúdo deva ser entendida como uma técnica híbrida, pois permite tanto a valorização do quantitativo quanto do qualitativo em seus resultados, dependendo do interesse do pesquisador. Na pesquisa, a intenção é valorizar os aspectos qualitativos, as representações sociais que emergiram sobre o aborto durante a campanha presidencial de 2010.

Figura 2 (6)- Processos de ancoragem e objetivação do aborto



Fonte: Elaborada pela autora (2014)

6.1.1 Ancorando a legalização do aborto

a) **Representação de Morte:**

Uma das estratégias utilizadas pelos grupos que se denominam “pró-vida” é a associação do aborto com a morte – de futuras crianças. Esses grupos se colocam como defensores da vida daquelas crianças que poderiam nascer caso não acontecesse o aborto. Portanto, o aborto é sinal de morte e comparado, muitas vezes, a homicídio, uma vez que é considerado crime contra a vida. Além disso, tramitam diversos projetos de lei no Congresso Nacional que pretendem transformá-lo em crime hediondo, ou seja, equiparando o aborto a latrocínio e homicídio por grupos de extermínio.

Em reportagem do dia 09 de outubro de 2010, na Folha de S. Paulo, com o título ‘Deus, valores e defesa da vida marcam volta à TV’ (Figura 3 (6)) encontra-se o seguinte trecho: “O programa de Serra citou pela primeira vez a palavra ‘aborto’. Disse o locutor: ‘[Serra é] um homem que nunca se envolveu em escândalos. E que sempre foi coerente. Sempre condenou o aborto e defendeu a vida’. Percebemos nesse trecho que o aborto é associado à morte e o seu contrário, o nascimento de uma criança, é a vida. Nenhum candidato ou candidata quer ser lembrado pelo eleitorado como uma pessoa que defende a morte de alguém, uma vez que os grupos pró-vida fazem a associação do feto com criança, gerando a confusão entre aborto e infanticídio.

Figura 3 (6)- ‘Deus, valores e defesa da vida marcam volta à TV’



Fonte: Folha de S. Paulo (2010)

Episódio importante da campanha presidencial de 2010 foi a declaração da esposa de José Serra, Mônica Serra, no dia 14 de setembro. Para Ramos (2012), a discussão do aborto na mídia teve início com a notícia publicada pelo jornal Estado de São Paulo, em que Mônica afirma que “*Ela (Dilma) é a favor de matar as criancinhas*”. No entanto, essa notícia não foi veiculada nem na Folha de S. Paulo, nem no Jornal do Commercio. A primeira notícia do mês de setembro sobre o aborto nas eleições aparece no dia 28, em ambos os jornais. O dia 28 de setembro é lembrado por feministas como o Dia Latino-Americano e Caribenho de Luta pela Descriminalização e Legalização do Aborto, mas não foi encontrada nenhuma referência a essa data nas notícias e reportagens analisadas.

O ‘Caso Mônica Serra’ não foi tratado em nenhum momento pelo JC. Os desdobramentos desse fato foram noticiados já em meados de outubro pela Folha, como na reportagem de 11 de outubro com o título: ‘*Dilma e Serra trocam acusações em duelo mais agressivo da campanha*’. Em um trecho, temos: “*Dilma citou a mulher do tucano, Mônica Serra, que teria declarado que a petista ‘era a favor de matar criancinhas’*. ‘*Acho gravíssima a fala da sua senhora*’”.

Já no dia 11 de outubro, também na Folha de S. Paulo, temos uma notícia com o título ‘*Dilma culpa Serra por debate conservador*’. O trecho a seguir revela que também do lado da candidata petista havia um discurso de que o aborto representa a morte. “*Dilma voltou a falar ontem sobre boatos referentes a suas posições religiosas. A candidata petista vem afirmando que é contrária ao aborto e “a favor da vida”*”.

Importante contextualizar as falas de ambos os candidatos para entender de que maneira elas são inseridas nos jornais. O candidato José Serra (PSDB) trouxe para a Propaganda Eleitoral Gratuita na televisão o tema do aborto, que até aquele momento eleitoral estivera circunscrito aos debates nas ruas e igrejas e à internet. Ao lançar mão do recurso no espaço de maior audiência da campanha eleitoral, o candidato e sua equipe se posicionaram contra a legalização do aborto.

Já a então candidata Dilma Rousseff (PT) teve suas opiniões e posições contestadas tanto pelos adversários políticos – José Serra e Marina Silva (PV) – como pelos jornais que reiteravam que ela havia mudado de opinião sobre a legalização do aborto. Para ilustrar isso, o recurso utilizado foi uma entrevista concedida em 2007, à Folha de S. Paulo - em que a candidata, que naquele momento era ministra da Casa Civil, defendia a descriminalização do aborto.

A representação do aborto como *Morte* é uma estratégia de manutenção da hegemonia dos grupos que são contra sua legalização. Ao colocar o aborto como *Morte*, o

argumento se centra apenas na possibilidade de uma futura pessoa que poderia vir a existir. Uma das estratégias dos grupos “pró-vida” é a circulação de imagens de crianças mortas para ilustrar o que seria o aborto, como o que aconteceu no contexto da campanha desses grupos pela não aprovação do PLC 03/2013, que regulamenta o atendimento a vítimas de estupro na rede pública de saúde.

Por outro lado, nada se comenta sobre as mulheres que morrem em decorrência do aborto clandestino no Brasil. Por não terem dinheiro nem um espaço adequado onde realizá-lo de forma segura, muitas mulheres recorrem ao aborto sem condições de higiene e segurança, colocando suas vidas em risco. De acordo com o Ministério da saúde, o aborto inseguro é a quarta causa de morte materna no país¹¹.

b) Representação do Partido dos Trabalhadores:

O PT é um partido formado no período de pós-ditadura civil-militar, em 1980, e quando da sua fundação agregou intelectuais de esquerda de diversos espaços. As feministas brasileiras que estavam exiladas começaram a se organizar em grupos próprios e muitas foram compor os quadros políticos do partido. No ano 2007 o partido aprovou a defesa da descriminalização do aborto em seu 3º Congresso com filiados, que define as diretrizes a ser seguidas¹².

Com a proposição do 3º Plano Nacional de Direitos Humanos, em 2009, o PT e, consequentemente o governo do então presidente Luís Inácio Lula da Silva, se viu questionado sobre a defesa da legalização do aborto, uma vez que o documento tratava do assunto. Em 2010, durante o período eleitoral, o assunto voltou a ser discutido.

Ao PT ficou a representação de que o partido defende a legalização do aborto e que estando no poder faria de tudo para que a legislação brasileira fosse ampliada. Percebemos essa representação nas notícias e reportagens analisadas ao acompanhar nas leituras das notícias analisadas que é sempre a então candidata petista Dilma Rousseff que é questionada sobre suas posições, tanto pelos demais adversários quanto pelos próprios repórteres. Interessante lembrar que outros partidos, como o PV, também defendem a legalização do aborto e o PSDB tem em seus quadros feministas que também são a favor da ampliação da legislação.

Os demais candidatos também são confrontados com o assunto, mas, ao se posicionarem, suas respostas são interpretadas como satisfatórias. No caso de Dilma Rousseff,

11 http://portal.saude.gov.br/saude/visualizar_texto.cfm?idtxt=22411. Acessado em 5 de dezembro de 2013

12 <http://www.pt.org.br/arquivos/Resolucoesdo3oCongressoPT.pdf>. Acessado em 5 de dezembro de 2013.

o que se apreende é que é necessário interpelá-la até que a resposta seja considerada verdadeira. O que não ocorre com o candidato José Serra (PSDB), que regulamentou a Norma Técnica que prevê que o SUS realize abortos previstos em lei, quando foi ministro da Saúde, em 1998. Foi encontrada apenas uma referência a esse fato nas notícias e reportagens analisadas.

Na notícia publicada pelo Jornal do Commercio, no dia 05 de outubro – dois dias após a eleição – o título é: *‘Dilma ataca tucano e diz que valoriza Marina’*. No último trecho da notícia, o tema do aborto aparece com a declaração da candidata, que é confrontada com uma informação contrária ao que ela afirma. *“Para Dilma, ela foi vítima de rumores, referindo-se à divulgação na internet de que teria dito que nem Jesus Cristo tiraria sua vitória na eleição e também à circulação da informação verdadeira de que ela defendia a descriminalização do aborto – conforme fez em sabatina na Folha de S.Paulo em 2007 e numa entrevista à revista Marie Claire”*.

Em notícia na Folha de S. Paulo, do dia 13 de outubro, com o título *‘Biografia de Dilma na TV agora cita ‘sólida formação religiosa’*, há a busca da própria candidata do PT de se desvincular da representação de que ela ou seu partido atuam pela legalização do aborto. *“A referência às credenciais religiosas da candidata - já presente na volta do horário eleitoral, na sexta passada - vem na esteira da controvérsia em torno de sua posição sobre o aborto e da circulação de boatos sobre sua fé”*.

No entanto, por ser um tema que desperta paixões e interesses os mais diversos, o aborto não é consenso dentro do próprio partido. Em 2009, o PT expulsou dois deputados federais por serem favoráveis à criminalização do aborto. Um deles, Luiz Bassuma foi o proponente de uma Comissão parlamentar de Inquérito para investigar práticas ilegais de aborto. Ao mesmo tempo, o partido possui 12 deputados e um senador que fazem parte da Frente Parlamentar Mista em Defesa da Vida - Contra o Aborto¹³.

Um dos principais atores envolvidos na discussão pela legalização ou não do aborto, e que pertence aos universos reificados, a Igreja, também representa o aborto como algo concernente ao Partido dos Trabalhadores. Nesse caso, nos referimos à Igreja Católica, pelo seu poder econômico, político e religioso que ainda é muito forte em um estado laico como o brasileiro. E também, ao recordarmos o contexto das eleições de 2010, lembramos que havia líderes de paróquias e dioceses que pregavam o voto para quem não é a favor do aborto.

13 http://www.camara.gov.br/internet/deputado/Frente_Parlamentar/384.asp. Acessado em 5 de dezembro de 2013.

A estratégia de setores da Igreja Católica se tornou ostensiva, principalmente no segundo turno, com os panfletos apócrifos distribuídos em igrejas, e no dia 12 de outubro na festa de Nossa Senhora Aparecida, em Aparecida, São Paulo. Esse mesmo expediente já foi usado outras vezes pela Igreja Católica, como em 2006 no Rio de Janeiro, contra a candidatura da feminista e defensora da legalização do aborto Jandira Feghali, do Partido Comunista do Brasil (PC do B), ao Senado Federal.

Em reportagem do dia 13 de outubro, sob o título ‘Braço da CNBB distribui panfleto anti-Dilma a fiéis’ (Figura 4 (6)), não há entrevista com nenhum membro da Igreja, apenas a descrição do panfleto. Em um trecho lê-se: “A defesa da legalização é chamada de ‘política antinatalista de controle populacional, desumana, antissocial e contrária ao verdadeiro progresso do país’. O texto afirma ainda que, no mesmo congresso em que deu ‘apoio incondicional’ ao plano, o PT aclamou Dilma como candidata”.

Figura 4 (6)- ‘Braço da CNBB distribui panfleto anti-Dilma a fiéis’

Braço da CNBB distribui panfleto anti-Dilma a fiéis

Documento, que circulou em SP e MG, atribui posições pró-aborto ao PT

Entidade diz que suas regionais não estão autorizadas a falar em nome da cúpula, que não vetou candidatos

BRENO COSTA
ENVIADO ESPECIAL A APARECIDA (SP)
RODRIGO VIZEU
DE BELO HORIZONTE

Um panfleto assinado por um braço da CNBB (Confederação Nacional dos Bispos do Brasil) recomendando que fiéis contrários à legalização do aborto não votem no PT foi distribuído ontem, em Aparecida (SP) e Contagem (MG), antes e durante missas em homenagem ao Dia de Nossa Senhora Aparecida.

O documento atribui posições pró-aborto ao PT, ao ex-

IGREJA E O ABORTO Panfleto pede voto em quem é contra a prática



considerando que, em fevereiro de 2010, o IV Congresso Nacional do PT manifestou apoio incondicional ao 3º Plano Nacional de Direitos Humanos (PNDH3), decreto nº 7.037/09 de 21 de dezembro de 2009, assinado pelo atual Presidente e pelo ministro da Casa Civil, no qual se reafirmou a descriminalização do aborto, dando assim continui-

RECOMENDAMOS

que, nas próximas eleições, deem seu voto somente a candidatas ou candidatos e partidos contrários à descriminalização do aborto.

DOCUMENTO
Distribuído
ontem em
Aparecida (SP) e
Contagem (MG).
Milhares de fiéis
foram a missas
em homenagem
a Nossa Senhora

O que Dilma já disse sobre o tema

Fonte: Folha de S. Paulo (2010)

Não só a Igreja Católica fez uma ligação entre o PT e a legalização do aborto, como se um representasse o outro. O pastor da Assembleia de Deus Vitória em Cristo, Silas

Malafaia, é um dos mais contundentes críticos ao Partido dos Trabalhadores. Em notícia publicada no dia 28 de setembro, sob o título: “*Líder evangélico ataca Marina e anuncia apoio a Serra*”, temos uma fala do pastor que representa o aborto como algo do PT, ancorado na legalização da prática. O trecho é: “*A carta foi concluída com um ataque ao PT: ‘Infelizmente, Marina não nega suas raízes petistas’*”. Isso mostra que mesmo a então candidata Marina Silva, que havia se desfilado do PT e ingressado no PV não esteve livre de ataques que a associavam com o partido do qual fez parte por 22 anos.

c) **Representação da Negação da maternidade:**

A gravidez e, por consequência, a maternidade são retratadas como a plena realização da vida das mulheres, que numa sociedade de valores patriarcais não almeja outras conquistas pessoais para o sexo feminino.

A maternidade representa a função biológica, histórica e socialmente delegada ao corpo feminino. Assim, “a maternidade constitui ao mesmo tempo, uma especificidade valorizada – o poder de dar a vida –, uma função social em nome da qual reivindicar direitos políticos e sociais, e, uma das fontes de opressão” (LABORIE; COLLIN, 2010, p. 133.)

Então, o aborto seria diametralmente o oposto da ideia de maternidade e de plenitude das mulheres. Essa ideia está calcada na suposição de que mulheres que são mães não fazem aborto e que a defesa da legalização da prática está impedida por aquelas que já tiveram filhos. No entanto, o perfil das mulheres que abortam revela que elas já possuem filhos e são “mulheres entre 20 e 29 anos, em união estável, com até oito anos de estudo, trabalhadoras, católicas, com pelo menos um filho e usuárias de métodos contraceptivos, as quais abortam com misoprostol”¹⁴.

Santos et al. (2003), ao analisarem essa ligação profunda entre as identidades de mulher e de mãe, apontam que as mulheres carregam consigo esse ideário construído socialmente de que são elas as responsáveis únicas e diretas pelos cuidados com os filhos. Essa suposição está calcada na ideia de que as mulheres são naturalmente predispostas para a maternidade, e que essa deve ser realizada dentro de critérios adequados. A idealização da mãe traz alguns aspectos como “terna, aconchegante, dedicada, amorosa, equilibrada, disponível, devotada e executa todas as tarefas que competem a sua função com destreza, perspicácia, prazer, felicidade e abnegação” (SANTOS et al., 1995, p. 259).

¹⁴ <http://bvsmis.saude.gov.br/bvs/publicacoes/livreto.pdf>.

Em notícia do dia 09 de outubro sobre o primeiro dia da Propaganda Eleitoral Gratuita do 2º turno, o Jornal do Commercio traz como título *“Confronto marca primeiro Guia”*. Em um trecho, temos: *“José Serra, por sua vez, disse que quer fazer um “governo de união” e defender os ‘valores da família brasileira’. O locutor ressalta que ele “sempre condenou o aborto”. Em seguida, o programa explora imagens de uma grávida, mostrando o programa Mãe Brasileira, do governo de São Paulo, porque “o dom da vida é o mais bonito e o mais sagrado que a gente recebe”*”.

Para se contrapor ao aborto, o candidato apresenta uma proposta de criar um programa chamado *“Mãe Brasileira”*, que tem como foco a saúde da mulher atrelada apenas à maternidade. O projeto vai na contramão da Política Nacional de Atenção Integral à Saúde da Mulher (PNAISM), criada em 2004. A Política tem foco no campo dos direitos sexuais e reprodutivos, no combate à violência doméstica e sexual, na prevenção e tratamento de mulheres vivendo com HIV/Aids e de portadoras de doenças crônicas não transmissíveis, e não só na mulher como mãe.

Por ser a candidata mais cobrada em relação à discussão sobre o aborto, encontramos um número maior de recorrência da candidata Dilma Rousseff com a representação do aborto enquanto negação da maternidade. Em matéria veiculada no Jornal do Commercio, do dia 30 de outubro, o enquadramento é sobre o último programa eleitoral das candidatas e do candidato. Com o título *“Tom emotivo marca último guia eleitoral”*, lemos o seguinte trecho: *“Em resposta aos ataques que a petista sofreu em relação ao aborto, a inserção ressaltou propostas da candidata para as futuras mães, como o programa Mãe Cegonha.”*. O projeto proposto pela candidata – e que virou uma diretriz do governo federal – também vai de encontro aos princípios do PNAISM.

Na última matéria do mês de outubro sobre o tema, veiculada no dia 30, um dia antes da eleição definitiva, na Folha de S. Paulo, sob o título *“Horário eleitoral acaba com Lula e Bento 16”* (Figura 5 (6)), há uma invocação da maternidade como antagônica do aborto. Assim, a mensagem a ser difundida é a de que o aborto é a negação da maternidade, algo condenável moralmente e que a candidata petista se compromete com as futuras crianças. O batimento cardíaco de um feto começa por volta da sexta semana de gestação, no entanto ele ainda não tem formação neurológica. A defesa do aborto até a 12ª semana segue essa lógica, uma vez que o sistema nervoso central ainda não foi formado. Daí que se existe uma defesa de que a vida do feto deve ser preservada a partir do momento do primeiro batimento cardíaco, a interdição do aborto está dada.

Figura 5 (6)- ‘Horário eleitoral acaba com Lula e Bento 16’

Horário eleitoral acaba com **Lula** e Bento 16

Dilma explora o apoio presidencial, e Serra usa discurso do papa contra o aborto no último programa no rádio

Em tom emocional, presidente agradece a Deus e diz que escolher a petista é como votar ‘um pouquinho’ nele

BERNARDO MELLO FRANCO
DE SÃO PAULO

No último dia de propaganda no rádio e na TV, os presidentes apelaram ao presidente Lula e ao papa Bento 16 para tentar conquistar eleitores indecisos.

O programa de Dilma Rousseff (PT) apostou na popularidade recorde de Lula, que chegou em segundo a 37

o comando do país.

O programa de Serra no rádio também usou uma locutora para tratar do aborto. Sem citar Dilma, os tucanos insistiram na ideia de que ela mudou o teor de suas declarações sobre o tema.

“É, gente, o discurso do papa Bento 16 para os bispos é uma reflexão sobre o direito à vida e sobre a responsabilidade e a transparência das ideias e dos compromissos dos homens públicos”, disse a narração do PSDB.

“O governante deve ter uma palavra hoje e a mesma palavra amanhã, principalmente quando se trata de valores fundamentais do

ALTOS E BAIXOS DA CAMPANHA NA TV

Mais agressiva, propaganda no 2º turno vira extensão do ringue eleitoral

DILMA

Boa cristã
Biografia de Dilma diz que pais lhe transmitiram “sólida formação religiosa”. Ausente no 1º turno, a fala vira repelente contra boatos sobre fé da petista — que também aparece, de véu, ao lado do papa



SERRA

Replay
Para reforçar Serra como “candidato a favor da vida”, programa tucano reedita as “grávidas de branco”, peça do marqueteiro Duda Mendonça que fez sucesso na campanha de Lula em 2002



Fonte: Folha de S. Paulo (2010)

Temos o seguinte trecho na matéria: “Os petistas exibiram a imagem de uma mãe mimando uma criança para fazer uma referência velada à questão do aborto. Segundo o locutor, Dilma saberia que todo país ‘tem de cuidar das suas crianças desde o momento que o coraçãozinho começa a bater na barriga da mãe’. A narração ressaltou que Dilma, se eleita, será a primeira mulher presidente e levará o ‘olha feminino’ para o comando do país”.

Outro viés perverso de vincular a identidade das mulheres à identidade de mãe, é fazer que elas só sejam respeitadas nos espaços públicos — e nos de poder — quando concentram características maternas. As mulheres candidatas ainda são cobradas por apresentarem características referentes aos cuidados domésticos e familiares, mostrando uma “essência feminina”. O então presidente Lula já tinha proferido discurso com essa carga de valor ao afirmar, em 2008, que a sucessora, enquanto ministra da Casa Civil, era “mãe do PAC” (Programa de Aceleração do Crescimento, do governo petista). Em 2010, na Folha de S. Paulo encontramos algo similar. Na notícia de 15 de outubro, tem-se o título “Lula cita Deus e se diz vítima de mentiras”.

Nessa matéria, temos o trecho: “Sem citar Dilma, Lula ressuscitou o discurso de mãe do Brasil, usado na campanha. ‘O melhor exemplo que eu dou para a arte de governar é a arte de ser mãe’, afirmou. ‘Governar não é nada mais do que agir como uma mãe age, tomando conta da sua família’, declarou ele”.

Com essa fala, ainda que não faça referências diretas à discussão do aborto, é possível percebê-la como uma resposta de Lula a uma série de questionamentos que a candidata Dilma vinha recebendo sobre o assunto. Se Dilma Rousseff iria governar como

“mãe”, é porque ela tem cuidado, carinho e apreço pelos brasileiros e brasileiras, o que não é exatamente características de um bom político. Ao ser comparada como uma governante-mãe, o então presidente também visa mostrar que a sua candidata é contra o aborto e a favor da maternidade, pois uma mãe não faz abortos. Ao contrário, leva sua gravidez adiante ainda que esse não seja o seu desejo.

d) Representação de Saúde Pública:

Um dos argumentos dos grupos “pró-escolha” é a de que o aborto deve ser tratado como uma questão de saúde pública. Isso porque o Sistema Único de Saúde gastou uma média de 10 milhões de dólares em 2004, graças a internações hospitalares oriundas de abortos mal feitos e com grave risco para a saúde da mulher. No entanto, enquanto procedimento cirúrgico, o aborto por Aspiração Manual Intrauterina (AMIU), que consiste em aspirar o conteúdo intrauterino por meio de uma seringa de 60 ml, tem um custo de R\$ 143,00.

Os resultados confiáveis das principais pesquisas sobre aborto no Brasil comprovam a tese de que a ilegalidade traz consequências negativas para a saúde das mulheres, pouco coíbe a prática e perpetua a desigualdade social. O risco imposto pela ilegalidade do aborto é majoritariamente vivido pelas mulheres pobres e pelas que não têm acesso aos recursos médicos para o aborto seguro (BRASIL, 2009, p.11).

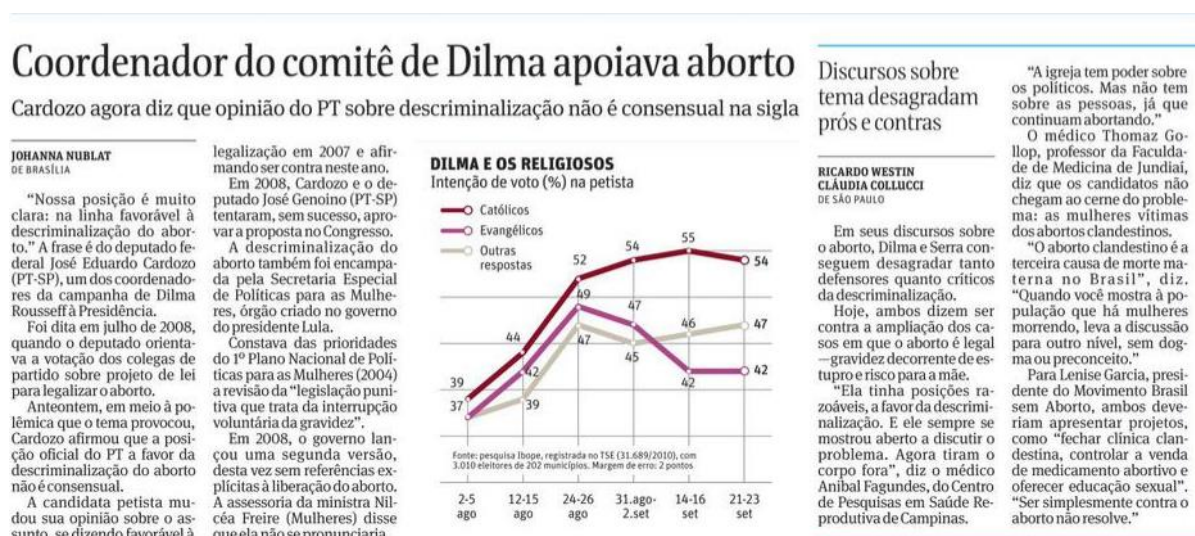
Ainda que com poucas recorrências no material analisado, estabelecemos como importante a representação de saúde pública que poucas vezes é abordada pelos grupos hegemônicos – como as igrejas – ou pelo próprio jornalismo e a indústria de entretenimento. Esse dado já foi mostrado por Fontes (2012), que mostra que de 434 matérias analisadas durante a campanha de 2010, nenhuma teve enquadramento de saúde pública.

A indústria de entretenimento também segue esse padrão. Prova disso foi o lançamento do documentário *Blood Money*, lançado nos cinemas brasileiros em novembro de 2013, já antecipando a abordagem que o tema pode ter nas eleições de 2014. O filme é claramente contrário à legalização do aborto e traz dados dos Estados Unidos, onde não há regulamentação do Estado sobre o aborto, e dados distorcidos, não contextualizados, como a maior porcentagem de jovens negras que abortam em relação às brancas, explicando isso como uma política de dizimação da população negra.

Em notícia da Folha de S. Paulo, veiculada no dia 06 de outubro, temos o título: “*Discursos sobre tema desagradam prós e contras*” (Figura 6 (6)). A notícia traz três fontes para falar sobre discussão eleitoral do aborto, sendo duas a favor da legalização e uma contra.

“O aborto clandestino é a terceira causa de morte materna no Brasil”, diz. “Quando você mostra à população que há mulheres morrendo, leva a discussão para outro nível, sem dogma ou preconceito”. A fala é do médico Thomaz Gollop, que se posiciona favorável à legalização do aborto. Ainda que traga a opinião de uma pessoa contrária à legalização do aborto, a representação deste enquanto problema de saúde pública tem prevalência.

Figura 6 (6)- ‘Discursos sobre tema desagradam prós e contras’



Fonte: Folha de S. Paulo (2010)

Das 40 notícias e reportagens veiculadas pelo Jornal do Commercio, 33 foram compradas de agência de notícias nacionais. Apenas sete foram produções locais, tratando da realidade de Pernambuco sobre o aborto. No entanto, foi nesse veículo que encontramos a única reportagem produzida sobre a discussão do aborto, representando-o como saúde pública.

Sob o título “*Aborto, fé e voto*”, a reportagem teve como fontes um cientista político, um antropólogo, uma feminista e um médico. Os quatro – três homens e uma mulher – se posicionaram favoráveis à legalização do aborto e condenaram a discussão do tema em momento eleitoral. Em um trecho temos: “*De cada cinco mulheres no Brasil, uma praticou aborto. Acontecem de 800 mil a 1 milhão de procedimentos por ano no País. E 250 morrem devido a complicações. As estimativas da Federação Brasileira de Ginecologia e Obstetrícia (Febrasgo) dão a pista de por que, na opinião da entidade, a discussão sobre a descriminalização precisa ser tratada no plano da saúde pública*”.

A reportagem apresenta os argumentos de cada fonte sobre como foi o debate do aborto e critica que este tenha acontecido por uma perspectiva religiosa e moral. Para os

entrevistados ouvidos pela reportagem, o ideal é que o tema seja discutido como um problema de saúde pública, mas que as eleições não são o momento ideal para que isso seja feito.

6.1.2 Ancorando a criminalização do aborto

a) **Representação de Valores Cristãos:**

A campanha presidencial de 2010 foi marcada pela forte intervenção de grupos religiosos nos programas dos candidatos e candidatas. Essa situação se acirrou no segundo turno, uma vez que os candidatos eleitos para a Câmara Federal ou o Senado já estavam com seus mandatos garantidos e podiam exercer maior pressão junto aos dois postulantes, José Serra e Dilma Rousseff. A bancada evangélica passou de 36 integrantes eleitos em 2006, para 73 nas eleições de 2010. O Partido Social Cristão (PSC), do deputado Marco Feliciano, foi o partido que mais elegeu representantes¹⁵.

Assim, o debate sobre o aborto, que ganhou notoriedade nos veículos de comunicação ao fim do primeiro turno e se intensificou até o dia da eleição do segundo, foi tratado por esses representantes como um debate de cunho religioso, em que a condenação da prática era o mote principal. E, por consequência, a criminalização do aborto é o que norteia os discursos. Colocamos a representação como *valores cristãos* e não *valores religiosos*, por compreendermos que há uma hegemonia religiosa no país, em que as religiões de matriz africana e outras não alcançam um número de praticantes tão alto quanto os cristãos, correspondem a apenas 5% da população brasileira, e nem exercem poderio político como os primeiros.¹⁶

Em notícia publicada no dia 05 de outubro, na Folha de S. Paulo, com o título: “*PT estuda tirar aborto de programa para estancar queda de Dilma entre evangélicos*” (Figura 7 (6)), o enquadramento principal do texto são as articulações internas da campanha petista para que a candidata recupere votos, principalmente, entre o eleitorado religioso. Em um trecho, temos: “*O primeiro contra-ataque partiu do secretário de Comunicação do PT, André Vargas. ‘O Brasil verdadeiramente cristão não votará em quem introduziu a pílula do dia seguinte, que na prática estimula milhões de abortos: Serra’, disse em seu Twitter*”.

Figura 7 (6)- ‘PT estuda tirar aborto de programa para estancar queda de Dilma entre evangélicos’

15 <http://www.diap.org.br/index.php/radiografia-do-congresso/bancadas-suprapartidarias/evangelica>. Acessado em 5 de dezembro de 2013.

16 <http://revistas.pucsp.br/index.php/rever/article/view/14570/10595>. Acessado em 6 de dezembro de 2013.

PT estuda tirar **aborto** de programa para estancar queda de Dilma entre **religiosos**

Petistas associam Serra a pílula do dia seguinte, cujo uso foi aprovado antes dele e é condenado pela igreja

Candidata vê demora em perceber a onda de boatos entre religiões; aliada alerta que tema pode custar Presidência

DE BRASÍLIA
DA ENVIADA ESPECIAL A BRASÍLIA

Acuada pela perda de votos de evangélicos na reta final do primeiro turno, o PT ensaia deixar de lado a defesa programática da descriminalização do aborto e já não



Marlene Bergamo/Folhapress

CNBB promove campanha em 'defesa da vida'

DE BRASÍLIA

A CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil) entrou no debate sobre o aborto, que pautou a reta final da disputa presidencial, e lançou campanha "em defesa da vida". A campanha visa reforçar

Fonte: Folha de S. Paulo (2010)

Em outro trecho, já ao final da notícia, lê-se: “Já o senador Marcelo Crivella (PRB-RJ), puxador de votos evangélicos, disse que chegou a perder votos porque defendia Dilma, que ‘erroneamente’ era associada a afirmações anticristãs”.

Com esses dois trechos, percebemos que há uma vinculação da defesa da criminalização do aborto com a defesa de valores cristão, assim como o seu contrário. O que fica claro é que quem defende a legalização do aborto é contra os valores cristãos. E em um país tão marcadamente cristão, com a maior população católica do mundo e em que as igrejas neopentecostais crescem em número de fieis, em que os votos de grupos religiosos podem definir os rumos de uma eleição, os envolvidos no processo eleitoral não podem se declarar antirreligião.

Em notícia do dia 07 de outubro, no Jornal do Commercio, “Polêmica do aborto faz Collins condicionar apoio”, o deputado pernambucano Cleiton Collins (PSC), eleito para a Assembleia Legislativa apresenta que ainda não se decidiu sobre se apoiará a candidata Dilma Rousseff no estado, devido a suas posições em relação ao aborto.

“Eleitor da evangélica Marina Silva (PV) no primeiro turno, ele disse que aguarda da petista um “comprometimento com a família e os valores cristãos” para definir seu apoio no segundo turno. “Acho que ela vai se pronunciar sobre essa questão (aborto) com mais clareza”, afirmou. A cobrança de Collins coincide com a de líderes evangélicos próximos a Dilma, que defendem que ela assine uma Carta Aberta ao Povo de Deus se declarando enfaticamente contra o aborto”.

Em outra notícia na Folha de S. Paulo, do dia 20 de outubro, temos o título “PT pôs aborto na campanha diz Serra”. Em um trecho, temos: “Em seguida o candidato se disse religioso e sugeriu que a adversária simula ter fé para conquistar votos. ‘Sou católico, mas

sempre visitei igrejas, inclusive cristãs evangélicas. Sempre falo, no meu linguajar cotidiano, ‘se deus quiser’. Eu sou uma pessoa religiosa. Não é nada forçado nesse sentido. (...) O tucano acrescentou que temas religiosos ‘acabam sendo postos pela própria população’ nas campanhas, e que ele não planejou discutir o aborto na disputa presidencial”.

Esses trechos são emblemáticos na importância que a representação de valores cristãos, ancorada na criminalização do aborto teve na cobertura dos meios de comunicação. Interessante notar que mesmo quando o personagem principal da notícia é o candidato José Serra, é da sua adversária, Dilma Rousseff, que se é cobrada uma posição contrária à legalização do aborto.

Percebemos que a defesa da legalização do aborto passa a ser interdita, impossibilitada de acontecer, uma vez que o debate está centrado numa falsa dicotomia entre cristandade e não cristandade. Consideramos que essa contraposição não exista, pois existem grupos religiosos que defendem a legalização do aborto, ainda que estes sujeitos não tenham espaço nos meios de comunicação.

Ao colocar e sustentar a opinião da criminalização do aborto como um valor cristão, esquece-se de que embora seja uma posição hegemônica, ela não está livre da disputa por outros grupos. Dentro da Igreja Católica, as Católicas pelo Direito de Decidir têm por objetivo a “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”. Além disso, outras denominações protestantes, como os luteranos não condenam a prática do aborto¹⁷.

b) Representação de Vida:

Se a representação do aborto como *Morte* está ancorada na legalização de sua prática, a sua contraposição é a representação da *Vida* enquanto ancoragem da criminalização. Podemos confirmar isso, pensando que os grupos políticos que se posicionam contra a legalização do aborto se denominam pró-vida, bem como as ações empreendidas por eles como as caminhadas e shows “pela vida”. Logo, dentro dessa lógica, defender a criminalização do aborto é uma atitude que visa resguardar a vida, valor máximo garantido pela Constituição de 1988. No entanto, ainda tramitam no Congresso Nacional projetos que visem mudar o artigo 5º e acrescentar ao direito da inviolabilidade do direito à vida “desde a concepção”.

17 <http://www.catolicasonline.org.br/institucional/>. Acessado em 8 de novembro de 2013.

É importante notar que os grupos denominados “pró-vida” defendem um tipo específico de vida que é a do feto, não se preocupando com a saúde física e psíquica das mulheres – seres humanos plenos de direitos – que não querem levar uma gravidez adiante. “Segundo estimativas da Organização Mundial da Saúde (OMS) metade das gestações é indesejada e uma a cada nove mulheres recorre ao aborto”.¹⁸

Na notícia de 08 de outubro, na Folha de S. Paulo, tem-se o título: “Arcebispo defende discussão sobre prática” (Figura 8 (6)), o arcebispo de São Paulo, Dom Odilo Pedro Scherer fala sobre a posição da Igreja Católica sobre o aborto no contexto das eleições. Em um trecho, lemos: “Dom Odilo afirmou ainda que a entrada do aborto no debate eleitoral indica que a sociedade quer discutir o assunto. ‘Ou a vida humana não merece atenção? (...) A preocupação com a vida é parte do jogo democrático’”.

Figura 8 (6)- ‘Arcebispo defende discussão sobre prática’



D. Odilo em entrevista; arcebispo de São Paulo cobra coerência dos candidatos sobre aborto

Arcebispo defende discussão sobre prática

DE SÃO PAULO

O arcebispo de São Paulo, cardeal dom Odilo Pedro Scherer, defendeu ontem a discussão sobre o aborto como elemento importante da campanha eleitoral e cobrou dos candidatos “clareza e coerência” sobre o tema.

Durante a entrevista coletiva de encerramento da 1ª Semana Nacional da Vida (1º a 7 de outubro), promovida pela CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil), d. Odilo afirmou que “essa é uma das questões que o eleitor deve analisar ao votar”.

Questionado sobre eventual orientação a votar em Dilma Rousseff (PT) ou José Serra (PSDB), o arcebispo de São Paulo disse que a CNBB não indica candidatos nem partidos, apenas “critérios para a escolha”.

A CNBB é contra o aborto em qualquer circunstância. A legislação brasileira autori-

za a prática em casos de estupro ou quando é necessário para salvar a gestante.

Apesar da orientação geral da CNBB, lideranças religiosas, como o bispo de Guarulhos, dom Luiz Gonzaga Bergonzini, pediram aos fiéis que não votassem em Dilma porque ela já defendeu a descriminalização do aborto.

Outras igrejas, sobretudo as evangélicas, também disseminaram campanhas anti-Dilma por essa mesma razão.

Segundo dom Odilo, os bispos católicos são livres e não há previsão de punição àqueles que pedirem votos a

orelhas carolas.

Assim, a lógica indica que o lero-lero beato pode ter ajudado a levar a disputa para a prorrogação. Mas não foi à balança com o peso que se lhe atribui.

O mesmo não pode ser dito dos escândalos. O caso do físico, por intrincado, balançou apenas o eleitor mais abonado e portador de canudo universitário.

A malfetoria da Casa Civil, de fácil apreensão, desceu às faixas menos afortunadas da pirâmide social.

O Datafolha revestiu o óbvio com manto científico. Constatou que, antes da violação na Receita e da demissão da ministra Erenice Guerra, Dilma somava 57% dos votos válidos.

Duas semanas depois, caiu para 51%. Estava claro que um pedaço do eleitorado da pupila do presidente Lula claudicava. Seus votos migravam mais para Marina que para Serra.

“É bom que a questão do aborto

Fonte: Folha de S. Paulo (2010)

Em notícia veiculada no dia 08 de outubro, na Folha de S. Paulo, temos como título: “PSDB exige maior presença de FHC na TV”. Em um trecho, lê-se: “Além de exibir positivamente a imagem de FHC, o programa de Serra abordará, já no dia de estreia, um dos

¹⁸ http://portal.saude.gov.br/saude/visualizar_texto.cfm?idtxt=22411

temas mais delicados para a campanha da adversária Dilma Rousseff (PT): o aborto. A abordagem será velada. Serra tangenciará assunto ao pregar a valorização da vida”.

Em ambos os trechos fica clara a ligação entre vida e criminalização do aborto. O arcebispo de São Paulo coloca que a discussão sobre o aborto é uma discussão sobre a vida e que essa deve ser levada para dentro das eleições. O candidato José Serra se utiliza dessa motivação para tentar buscar votos, ao mesmo tempo em que pretende retirar os votos de sua opositora.

Outra matéria publicada no Jornal do Commercio traz também a representação do aborto como saúde pública. Com o título *“PT tenta tirar o aborto de pauta. Dilma, não”*, a notícia veiculada no dia 08 de outubro traz uma declaração da candidata petista sobre o aborto. *“A minha posição pessoal é contra o aborto. Como presidente da República, (...) eu não posso tratar essa questão como uma questão pessoal”. Ela (Dilma Rousseff) voltou a usar o nascimento do neto para rechaçar que seja favorável ao aborto: ‘Seria muito estranho que, quando há uma manifestação de vida no seio da minha família, eu defendesse uma posição a favor do aborto’”*. Mesmo afirmando que o aborto é uma questão de saúde pública e se posicionando como pessoa pública, a candidata ainda traz o nascimento para afirmar que essa não é a sua opinião pessoal.

No trecho seguinte, a candidata petista coloca o aborto em contraposição com o nascimento de uma criança – seu neto, inferindo que quem é a favor da legalização do aborto não pode celebrar o nascimento de uma pessoa. Essa inferência de Dilma Rousseff coloca no mesmo patamar criança e feto, como se um fosse a mesma coisa que o outro. Esse é um recurso bastante utilizado pelos grupos “pró-vida” para defender a criminalização do aborto, colocando a prática como homicídio. Esse foi o mesmo recurso empregado pela esposa de José Serra, Mônica Serra, ao afirmar que a candidata do PT era a favor “de matar criancinha”.

c) Representação de Conservadorismo:

Ao mesmo tempo em que a discussão do aborto ganhou contornos religiosos durante o período de eleição, esse enquadramento também foi representado pelos jornais como *conservadorismo*. A partir do momento que um assunto passa a ser debatido em um momento de campanha eleitoral de um país democrático e laico, mas esse debate acontece por meio de argumentos religiosos, fica subentendido que essa é uma face conservadora. Porém, essa crítica aparece implícita em algumas das matérias analisadas.

Em notícia publicada no dia 11 de outubro, na Folha de S. Paulo, o enquadramento é sobre uma pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha sobre a opinião da população em

relação ao aborto. Com o título “Aumenta a rejeição ao aborto no Brasil” (Figura 9 (6)), a matéria traz o seguinte trecho em seus parágrafos finais: “A série de pesquisas sobre o tema mostra uma tendência ao conservadorismo. No levantamento feito em 1993, 54% afirmavam que as exceções deveriam continuar restritas aos casos de estupro e de risco à vida da gestante, enquanto 23% diziam apoiar o aborto em mais casos e 18% eram favoráveis a descriminalizar a prática. Desde então, a manutenção da atual legislação veio ganhando apoio. Em 1997, 55% diziam apoiar a proibição. Em 2006, o número passou para 63%, depois para 68% em 2008”.

Figura 9 (6)- ‘Aumenta a rejeição ao aborto no Brasil’

Aumenta a rejeição ao aborto no Brasil

71% afirmam que legislação sobre o tema deve ficar como está e 7% apoiam a descriminalização, diz Datafolha

Apoio à proibição do aborto é a mais alta em 17 anos, desde que o levantamento começou a ser feito pelo instituto

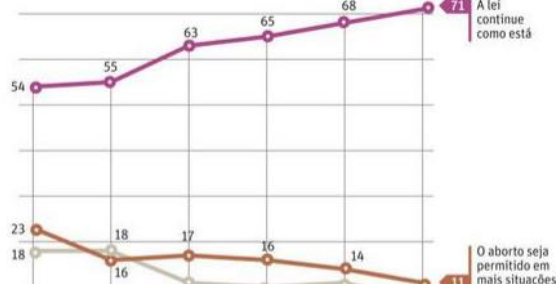
UIRÁ MACHADO
DE SÃO PAULO

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.

Segundo pesquisa realizada na última sexta-feira em todo o país, 71% dos entrevistados afirmam que a legislação sobre o aborto deve ficar como está, contra 11% que defendem a ampliação das hipóteses em que a prática é

OPINIÃO SOBRE ABORTO

Sobre o aborto, você é favor de que
Em %



Você recebeu no último mês algum e-mail com crítica a algum candidato a presidente
Respostas espontâneas e múltiplas



Nesse e-mail qual candidato foi criticado?

Dilma

Fonte: Folha de S. Paulo (2010)

Em outra matéria, também na Folha de S. Paulo, veiculada no dia 1º de outubro, ainda no primeiro turno, temos o título: “Fé e família marcam a despedida na TV”. Em um trecho, lemos: “Seja para evitar fuga de votos - no caso da petista - ou para conquistar novos eleitores - situação do tucano -, no último dia de horário eleitoral gratuito de TV, ontem, os dois principais candidatos à Presidência exploraram temas caros ao brasileiro médio e conservador”.

Percebemos, então, que a ancoragem da criminalização também é representada como algo conservador pelo próprio veículo de comunicação. O que fica implícito é que há um tom conservador rondando a campanha eleitoral. Isso acontece porque atores religiosos entraram no debate com muito poder político – com pastores evangélicos e bispos da Igreja Católica – e pelos temas abordados, como o aborto ou da união civil de homossexuais – que também esteve presente durante a campanha. Assim, nessas matérias analisadas entendemos que há

uma denúncia sobre essa conduta e que ser conservador é algo necessariamente ruim e que não deveria ser defendido pelos pleiteantes.

Em outras duas matérias, percebemos a vinculação do conservadorismo aos candidatos. Agora não é só a campanha que se tornou conservadora, os agentes envolvidos diretamente nela carregam em si essa representação. Na notícia do Jornal do Commercio do dia 11 de outubro, o título é: *“Dilma: ataques lembram Guerra Fria”*.

A notícia é sobre os boatos que circularam durante a campanha, principalmente na internet, de que a candidata Dilma Rousseff era contra as religiões e favorável à legalização do aborto. Em um trecho, temos: *“Questionada sobre se Serra está levando o debate para um campo conservador, Dilma disse que a disputa ‘não só é conservadora, como beira todas as manifestações absurdas da Guerra Fria’. Segundo ela, a oposição tenta pregar no adversário uma imagem que é ‘ridícula’ no século 21”*.

Em notícia publicada no dia 05 de outubro, na Folha de S. Paulo, com o título *“Marina manteve voto religioso e de classe média”*, a personagem principal é a candidata do Partido Verde, Marina Silva, que disputou o primeiro turno das eleições. O lide da matéria – ou seja, as informações mais importantes e que constam no primeiro parágrafo do texto – traz o seguinte trecho: *“Voto conservador ligado a valores morais e religiosos e bom desempenho entre as classes médias e entre eleitores de periferias de grandes centros urbanos impulsionaram a candidatura de Marina Silva (PV) no primeiro turno da eleição presidencial”*.

As duas matérias acima mostram outra ancoragem da criminalização como conservadorismo. Nesses exemplos, ela está ligada aos candidatos que incorporam o discurso do aborto como forma de arrecadar votos, como é o caso de Marina Silva, ou como uma estratégia para atacar o oponente e tirando dele, o bem mais precioso de uma disputa eleitoral, que são os votos.

d) Representação de Família:

Essa categoria foi escolhida como uma representação da ancoragem da criminalização, pois os argumentos contrários à legalização estão embasados na ideia de que o aborto é incompatível com valores cristãos e a *família* é um desses valores que devem ser preservados. Nos discursos dos grupos pró-vida é interessante notar a relação que se estabelece entre família e criminalização do aborto. No entanto, essa categoria está ligada não somente à criminalização do aborto, como à negação de direitos de outros grupos sociais, como os homossexuais. Nas notícias e reportagens analisadas, a categoria de família está

ligada não só a defesa da criminalização do aborto, mas também ao modelo de família heterossexual, formada por pai, mãe e filhos. Aqui, as propostas do candidato e candidatas para o país foram escanteadas, havendo uma privatização da política.

Em notícia do dia 27 de outubro na Folha de S. Paulo, com o título: “*Para arcebispo, aborto é assunto de eleição*” (Figura 10 (6)), temos o trecho “*“Há certos valores que são fundamentais para a convivência harmoniosa e pacífica do país, como a questão da vida, a questão dos direitos humanos, a questão da família e do matrimônio”, disse ele, que não usou a palavra ‘aborto’ na entrevista”*”.

Figura 10 (6)- ‘Para arcebispo, aborto é assunto de eleição’

Para arcebispo, aborto é assunto de eleição

Dom Raymundo, de Aparecida, afirma que tema é relevante para ‘voto consciente’

FÁBIO AMATO
ENVIADO ESPECIAL A APARECIDA (SP)

O arcebispo de Aparecida (SP) e mais novo cardeal brasileiro, dom Raymundo Damasceno Assis, 73, defendeu ontem que temas relacionados ao “direito à vida” e ao matrimônio sejam debatidos pelos candidatos durante a campanha presidencial.

Para dom Raymundo, a discussão ajuda a esclarecer o eleitor, que, assim, votaria de maneira mais consciente. Ele retornou ontem ao Brasil depois de participar de um encontro em Roma, quando recebeu a notícia de que o papa Bento 16 o escolheu para ser o nono cardeal brasileiro.

VALORES

Questionado sobre o papel da igreja nestas eleições e a polémica sobre a descriminalização do aborto discutida na campanha, o arcebispo de Aparecida disse que, além das propostas e projetos, é importante saber dos candi-

fundamentais para a convivência harmoniosa e pacífica do país, como a questão da vida, a questão dos direitos humanos, a questão da família e do matrimônio”, disse ele, que não usou a palavra “aborto” na entrevista.

De acordo com ele, “o debate, quanto mais aberto e abrangente, tanto mais possibilita ao eleitor o voto mais consciente”. Para Assis, a igreja não deve, porém, indicar aos católicos em que candidato votar, “a não ser em casos extremos”.

Sobre a atitude do bispo de

Guanulhos, dom Luiz Gonzaga Bergonzini, que orientou fiéis da cidade a não votar na candidata petista Dilma Rousseff por sua suposta posição favorável à descriminalização do aborto, ele disse que “cada bispo tem autonomia em sua diocese”.

Bergonzini chamou o PT de “partido da morte” e da “mentira” e afirmou que encomendou os 2 milhões de panfletos, apreendidos pela Polícia Federal, que defendiam voto no candidato tucano à Presidência, José Serra.

Os panfletos foram im-

pressos na gráfica Pana, em São Paulo, que pertence a Arlety Kobayashi, filiada ao PSDB e irmã do coordenador de infraestrutura da campanha de Serra.

Questionado se orientou fiéis a votar em um determinado candidato ou partido nestas eleições, dom Raymundo respondeu que não.

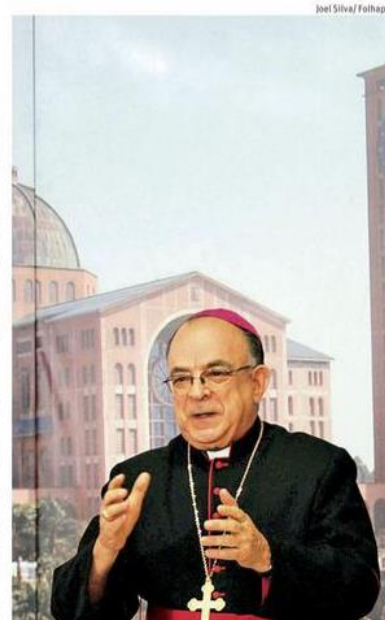
“Achei que não deveria fazer isso. Mas dei critérios [para que os fiéis definissem o voto]”, afirmou ele.

‘SINAL DO PAPA’

A elevação de dom Raymundo a cardeal será oficializada em cerimônia no próximo dia 20, em Roma. Ele permanecerá no cargo de arcebispo de Aparecida.

Com dom Raymundo Damasceno Assis, o Brasil passa a ter cinco cardeais em condições de eleger e de serem eleitos papa (os outros quatro perderam o direito por terem mais de 80 anos).

Ele se disse surpreso com a sua indicação e avalia que a



“Há certos valores que são fundamentais para a convivência harmoniosa e pacífica do país, como a questão da vida, a questão dos direitos humanos, a questão da família e do matrimônio

“O debate, quanto mais aberto e

Fonte: Folha de S. Paulo (2010)

A matéria com enquadramento na fala do arcebispo sobre aborto e política, faltando apenas alguns dias para a eleição, mostra a preocupação da Igreja Católica com os temas que estavam sendo discutidos naquele momento e que eram objetos de grandes controvérsias. Assim, a defesa da criminalização do aborto aparece atrelada à defesa dos valores familiares. Esses valores estão no campo do pessoal e não do político. Ou seja, a defesa da família no formato defendido pelas igrejas – Católica ou protestantes – não é um assunto de campanha política, mas que tomou conta das discussões. O foco desses grupos pró-vida esteve na legalização do aborto e o viés conservador ganhou espaço nos meios de comunicação.

Em matéria veiculada pelo Jornal do Commercio do dia 23 de outubro, temos o título: “*Pastores apoiam Serra atacando Dilma*”. Na notícia, segue o trecho: “*Para uma*

pequena plateia de pastores, fiéis e políticos, o grupo afirmou ter ‘poder’ (o exército de eleitores evangélicos) e pregou que as igrejas ali reunidas são contra o projeto do PT e de sua candidata, Dilma Rousseff. Na ocasião, foi lançada uma carta aberta ‘em favor da família e contra o PT’. O texto se posiciona fortemente contra ‘a ministra Dilma’, e diz que o partido dela é uma ‘ameaça aos princípios da família cristã’”.

No trecho acima, percebemos que a legalização do aborto é enxergada por alguns pastores evangélicos como uma negação da família cristã, uma vez que famílias de outras religiões, ou sem religião, não são entendidas como merecedoras de defesa. A ancoragem da criminalização do aborto como família, segue a mesma lógica das representações de vida. Ou seja, uma alegação do feto como ser de direitos, que devem ser respeitados ao mesmo tempo em que a mulher é compreendida apenas como receptáculo, como alguém com menos importância que o feto que depende dela para sobreviver.

Encontramos dentro dessa categoria a representação que é colocada pelos grupos conservadores e religiosos, mas também é possível perceber como o candidato José Serra e a candidata Dilma Rousseff também se valeram disso. Em notícia veiculada no dia 16 de outubro, também no Jornal do Commercio, temos como título “*Dilma assina carta aos religiosos*”. A matéria discorre sobre uma espécie de acordo feito entre a então candidata e os grupos religiosos, de quem almejava angariar apoio.

Temos o seguinte trecho, no início da matéria: “*‘Eleita presidente da República, não tomarei a iniciativa de propor alterações de pontos que tratem da legislação do aborto e de outros temas concernentes à família e à livre expressão de qualquer religião no País’, afirma*”. A candidata Dilma Rousseff é mais amplamente cobrada pelas suas posições do que o adversário. Daí, é preciso retirar de sua candidatura qualquer possibilidade de dúvida quanto aos valores que defende.

O candidato do PSDB também se utiliza da representação da família, para passar a imagem de ser uma pessoa contra a legalização do aborto. Em notícia do Jornal do Commercio do dia 30 de outubro, lê-se o título “*Tom emotivo marca último guia eleitoral*”. O trecho a seguir ilustra a preocupação da equipe política do candidato em vincular sua imagem a alguém que preza pelos valores familiares. “*Na toada do Hino Nacional, a inserção do PSDB apresentou o candidato José Serra como um homem público com experiência e com grande estima pela sua família. ‘Ele trocava a fralda das crianças e dava a mamadeira’, ressaltou a esposa do candidato, Mônica Serra, exibida na peça ao lado do candidato, na sala de estar da família*”.

O que temos aqui é que não bastava apenas aos candidatos se posicionarem contra a legalização do aborto para conquistar eleitores. Mais do que isso, era necessário incorporar aquilo que as igrejas apontam como a base da sociedade: a família. Ao enfatizar que cuidava dos filhos, o candidato deixa implícito que também vai cuidar do país, caso seja eleito, que é um homem responsável. Os valores políticos de cada candidato são ofuscados pelos valores pessoais, em que ser um pai que “troca a fralda das crianças”, ou uma avó “que batiza o neto” – como foi o caso de Dilma Rousseff – é tão ou mais importante do que as propostas para setores da população.

6.2 Processo de objetivação do aborto

A objetivação é o processo de dar materialidade a um conceito que ainda não foi assimilado pelo senso comum, que ainda não se tornou corriqueiro no cotidiano. Isso pode acontecer tanto por meio de imagens, metáforas ou de protótipos. Moscovici (2011) afirma que a imagem que fazemos de certos conceitos se torna ela mesma o conceito. “A noção, pois, ou a entidade da qual ela proveio, perde seu caráter abstrato, arbitrário e adquire uma existência quase física, independente” (MOSSCOVICI, 2011, p. 74).

As imagens formadas por meio da objetivação passam a ser o objeto que significam. No entanto, como em qualquer processo de representação social, essas imagens estão continuamente em movimento, sendo modificadas. Algumas são descartadas para que outras possam tomar seus lugares. No entanto, é importante lembrar que nem tudo será objetivado, conforme Moscovici (2011), seja por escolha da sociedade, seja pela falta de imagens que se liguem a conceitos.

Nas matérias analisadas percebemos que a discussão do aborto no ambiente de eleições foi objetivada como uma “bomba de efeito moral”. Explicamos: a campanha eleitoral ganhou ares de uma guerra, em que um lado pretende vencer o outro e assim conquistar o território, que é a maioria do eleitorado. Em 2010, a guerra era pela cadeira presidencial, que podia continuar sob o comando do Partido dos Trabalhadores (PT) ou voltar para as mãos do Partido Social Democrata Brasileiro (PSDB). Uma das “armas” usadas por essas duas forças políticas foi o aborto.

Na busca de retirar votos do adversário, os candidatos se utilizavam do aborto como uma estratégia para ferir, mas não para matar. Assim como uma bomba de efeito moral que faz os olhos coçar, prejudica a respiração, a discussão do aborto durante a campanha não faz com que alguém perca a eleição, mas causa alguns prejuízos para o oponente atingido.

O aborto, como bomba de efeito moral, constrange o lado oposto ao afirmar que ele é favorável à legalização do aborto e que caso eleito, a legislação brasileira sobre o tema passará por mudanças. No entanto, não é usado de forma a tirar o adversário de campo, pois quem se utiliza dessa arma também não está imune aos contra-ataques que virão.

O aborto, usado como estratégia política numa campanha eleitoral, tira alguns votos, faz com que o adversário perca pontos nas pesquisas de intenção de votos. Também mobiliza setores da sociedade que estão na discussão sobre a legalização, como os grupos pró-vida e os grupos pró-escolha, movimentando as discussões em igrejas, paróquias, e a faz chegar ao cotidiano das pessoas.

A candidata Dilma Rousseff e o partido que representa – o PT – teve seu nome associado à legalização do aborto e foi mais cobrada – tanto pelos adversários quanto pelos jornais – pela dubiedade de suas respostas. Antes de disputar o pleito eleitoral, Dilma Rousseff afirmou ao jornal Folha de S. Paulo, em 2007, que era favorável à legalização do aborto, pois acreditava que essa era uma questão de saúde pública e não de foro íntimo. Essa declaração foi lembrada em 12 matérias analisadas.

Assim, ao se verem confrontados sobre essa questão, a candidata, sua equipe de campanha e seus apoiadores afirmavam que isso era um ataque para desestabilizar a candidatura. Em matéria da Folha de S. Paulo, do dia 07 de outubro, sob o título “*Serra diz que Lula também privatizou*” (Figura 11 (6)), o candidato do PSDB é apresentado numa estratégia de ataque à candidatura da adversária. Em um trecho, temos: “*Em seu primeiro discurso desde que chegou ao segundo turno, o candidato do PSDB à Presidência, José Serra, deu mostra de que apostará no confronto direto com a adversária Dilma Rousseff (PT) ao investir na discussão sobre aborto e privatizações*”.

Nessa matéria, apresenta-se a “bomba de efeito moral” como um artefato usado para atingir de maneira contundente a adversária, ainda que apenas essa declaração não fosse o suficiente para retirá-la do combate. Ao usar uma bomba que não mata, mas que enfraquece, a tática é ir vencendo aos poucos o inimigo, desferindo golpes não letais, mas que ao final levam à queda.

Ao colocar dois assuntos distintos em um mesmo patamar de discussão – legalização do aborto e privatização –, o candidato do PSDB mostra que defender um e outro é igualmente imoral, e indefensável para quem quer ocupar o posto da Presidência da República. Na notícia veiculada, o próprio jornal entende que colocar o aborto como tema de campanha é uma estratégia eleitoral. E que ele foi usado como um ataque ao tentar colar na

adversária a ideia de que ela é a favor da legalização do aborto, o que não é algo bem recebido pela sociedade brasileira.

Figura 11 (6)- ‘Serra diz que Lula também privatizou’

Serra diz que Lula também privatizou

Tucano afirma que aceita debater privatizações, defende FHC e critica mudança de Dilma em relação a aborto

Em ato com aliados em Brasília, Serra ataca e diz que não tem ‘duas caras’; Aécio defende ex-presidente na TV

CATIA SEABRA
ENVIADA A BRASÍLIA
GABRIELA GUERREIRO
DE BRASÍLIA

Em seu primeiro discurso desde que chegou ao segundo turno, o candidato do PSDB à Presidência, José Serra, deu mostra de que investirá no confronto direto com a adversária Dilma Rousseff (PT) ao investir na discussão sobre aborto e privatizações. Ao falar no ato político que reuniu a oposição numa nova largada de sua candidatura,

lhor, eu nunca disse que era a favor do aborto porque sou contra o aborto. Sou contra.”

Serra lembrou que o PT já puniu parlamentares contrários ao aborto. “Não acho errado ter convicções na vida. Errado é querer enrolar. Diz uma coisa. Depois diz o contrário”, afirmou.

“Ninguém nunca ouviu falar de uma sujeirinha na minha vida. Sou candidato de vida limpa. Mãos limpas. Na minha vida, não tem nenhum cofezinho fechado.”

O tucano recorreu a uma vacina. Certo de que o PT pretende investir na comparação dos governos Lula com o de Fernando Henrique Cardoso, Serra antecipou-se e falou do ex-presidente.

Disse que o governo Lula deu continuidade à política

tão, não me venham com trôlô-lô, com factóides”, reagiu.

Em defesa de FHC, que não foi ao ato, Serra disse que ele e o ex-presidente Itamar Franco foram responsáveis pela estabilidade econômica.

Senador eleito, Aécio Neves (PSDB-MG) foi na mesma linha. “Não teria governo do presidente Lula se não tivesse havido o governo do presidente Itamar, com o lançamento do Real, e do presidente FHC, que consolidou. Quem falar das privatizações? Vamos falar”, disse.

Itamar pediu que Serra seja “mais Serra e menos marketing”, vocalizando uma crítica dos políticos à comunicação de campanha.

Cerca de mil pessoas participaram do evento, que consumiu duas horas e meia.



Fonte: Folha de S. Paulo (2010)

Como uma bomba de efeito moral, o lado que é atacado tenta se defender dos efeitos que ela produz, pois não pode perder aliados nessa guerra que foi travada. Uma das formas de se defender é justamente negando que a legalização do aborto seja algo que a candidatura petista defende. Assim, temos em matéria veiculada no dia 08 de outubro no Jornal do Commercio, o título: “Lula repudia ataques de religiosos”.

Em um trecho, lê-se: “*Para Lula, ‘sempre há jogo sujo’ em disputas eleitorais como a que está em curso. ‘O que a gente não pode é priorizar o secundário’, disse. ‘Dilma tem um programa de governo, ela tem posição contra o aborto, já dita por ela. Agora, se você tem gente no jogo do submundo da política fazendo aquela política rasteira que fizeram comigo em 89... Já fui vítima muito disso, falavam da minha barba, da estrela do meu partido, da cor da bandeira do meu partido, falavam que eu ia acabar com as igrejas evangélicas. Estou com oito anos de mandato, e as pessoas sabem o que eu fiz’*”.

O então presidente Luís Inácio Lula da Silva, que pretendia eleger sua sucessora, sai em defesa da candidata de seu partido. Uma das maneiras que ele utiliza para mostrar que a campanha de Dilma Rousseff está sendo atacada por bombas de efeito moral – ou pelo aborto – é relembrar fatos do seu passado, como a eleição de 1989, em que durante a campanha daquele ano, foi acusado de ter fornecido dinheiro para que uma ex-namorada fizesse um aborto, pois estava grávida dele.

O ex-presidente Lula, figura mais importante do Partido dos Trabalhadores e, por consequência da candidatura de Dilma Rousseff, evidenciou em sua declaração que a discussão do aborto é um ataque pessoal à candidatura. Com isso oculta que a defesa da legalização da prática figura dentro do programa partidário. Ao mostrar fatos históricos, como o que aconteceu em 1989, Lula apresenta ainda que o aborto é uma estratégia política recorrente nas disputas eleitorais brasileiras. E, embora, faça estrago nas campanhas que são vítimas desse tipo de ataque, ela não é suficiente para minar uma candidatura.

Se, de um lado, uma estratégia usada pela campanha petista foi se defender contra as acusações, utilizando argumentos de que isso é recorrente numa “guerra” eleitoral, por outro, o PT se valeu do ditado popular que afirma que “o ataque é a melhor defesa”. A candidata Dilma Rousseff também usou a estratégia de negar que seja favorável à legalização do aborto, acusando “*a campanha de Serra de atingi-la com ‘calúnias, mentiras e difamações’*”, conforme matéria veiculada pela Folha de S. Paulo, do dia 11 de outubro, com o título: “*Dilma e Serra trocam acusações em duelo mais agressivo da campanha*”. No entanto, o que percebemos é que ao longo do debate, Dilma começa a atacar o candidato José Serra com a mesma arma que ele já havia usado para feri-la.

O local escolhido pela candidata do PT para afirmar que foi vítima de ataques foi um debate em um canal de televisão, em que um número maior de eleitores poderia ser atingido pelos discursos proferidos ali. Nesse momento, Dilma Rousseff lança dois ataques da bomba de efeito moral, em que o aborto se transformou para desestabilizar o candidato. A primeira informação, que só foi encontrada em uma notícia do corpus analisado, é a de que quando era Ministro da saúde, em 1998, José Serra regulamentou o aborto previsto em lei no Sistema Único de Saúde. A segunda bomba lançada por Dilma Rousseff foi a declaração de que havia sido atacada no início da campanha pela esposa do adversário, Mônica Serra.

Em um trecho, temos: “*Dilma citou a mulher do tucano, Monica Serra, que teria declarado que a petista era ‘a favor de matar criancinhas’.* ‘*Acho gravíssima a fala de sua senhora*’. *Na resposta Serra não falou da mulher. Dilma voltou ao assunto.* ‘*Sua esposa disse: ‘a Dilma é a favor de matar criancinhas’.* *É tão absurda a acusação*’. *De novo, o candidato tucano preferiu não tratar de sua mulher. Após o debate disse não saber do que Dilma falava*”.

Com a segunda bomba, Dilma Rousseff consegue atingir o oponente de maneira contundente. Após a acusação da candidata, José Serra não reage; não nega o que ela diz e, ao mesmo tempo, também não revida, lançando uma terceira bomba contra a adversária. No entanto, o aborto é apenas uma das bombas usadas nesse embate, como bem classifica o

jornal. Após, o lançamento das bombas do aborto, que por um tempo conseguiu minar o candidato José Serra, outras armas foram usadas, como escândalos envolvendo ambos os candidatos.

Em outra matéria veiculada pela Folha de S. Paulo, no dia 20 de outubro, com o título “Comitê do PT tem panfleto contra mulher de Serra” (Figura 12 (6)), fica evidente a nova estratégia da campanha de Dilma Rousseff: atacar o adversário. Para além dos ataques feitos em um debate de televisão, e que podia ter seus efeitos minimizados por ser um momento efêmero, a campanha petista também usa outras formas de jogar a bomba de efeito moral contra o adversário.

Figura 12 (6)- ‘Comitê do PT tem panfleto contra mulher de Serra’



Fonte: Folha de S. Paulo (2010)

Em um trecho, temos: “Sob o título fictício ‘Esposa de Serra já fez aborto’, o folheto traz reportagem publicada pela Folha no último sábado, com relatos de duas ex-alunas de Monica. (...) Os panfletos estavam sobre a mesa da recepcionista do QG petista em uma pilha com cerca de 60 exemplares. Também constava do panfleto a frase: ‘Serra fala uma coisa e faz outra. Serra. Homem de mil caras’”. A reportagem mostra que assim como a campanha do PSDB, o PT também resolveu usar o aborto como estratégia de guerra. Como

uma bomba de efeito moral, o aborto nesse momento da campanha eleitoral já não tinha condições de derrubar o adversário, mas podia provocar um recuo estratégico no embate.

A partir do momento em que foram veiculadas notícias que afirmavam que Monica Serra havia feito aborto quando jovem, a campanha do PSDB deixa de apostar no aborto como arma política, como uma bomba que não mata, mas que causa danos ruins para quem a recebe. Assim, o lado que primeiro havia se utilizado da estratégia de jogar o aborto como uma arma não letal, mas que deixa o oponente vulnerável passa a ser vítima dessa mesma arma e decide então não usá-la mais.

Quando se percebe vítima do mesmo tipo de ataque que usou, a campanha de José Serra também recorre à negação para se defender da bomba de efeito moral em que o aborto foi transformado. Em matéria veiculada no dia 17 de outubro na Folha de S. Paulo, sob o título: “*Campanha de Serra nega relato de ex-aluna*” (Figura 13 (6)), a campanha do PSDB se depara com a obrigação de se pronunciar sobre a acusação de que Mônica Serra teria feito aborto durante exílio no Chile.

Figura 13 (6)- ‘Campanha de Serra nega relato de ex-aluna’

Campanha de Serra nega relato de ex-aluna

Em nota, assessoria do PSDB afirma que Monica Serra nunca se submeteu a um aborto

DE SÃO PAULO

A assessoria de imprensa da campanha de José Serra divulgou ontem nota em que nega que a mulher do candidato do PSDB à Presidência, Monica Serra, tenha se submetido a um aborto.

A nota foi divulgada em resposta a reportagem publicada ontem pela **Folha** em que ex-alunas de Monica relataram que a então professora lhes contou durante uma aula, em 1992, ter feito um aborto quando estava no exílio com o marido.

Na nota, a assessoria do candidato do PSDB diz: “Diante de matéria publica-

da hoje, a campanha de José Serra esclarece: Monica Serra nunca fez um aborto”.

O texto afirma que “essa acusação falsa, que já circulava antes na internet, repete o padrão Miriam Cordeiro de que o então candidato Luiz Inácio Lula da Silva foi vítima na eleição de 1989”.

Trata-se de uma referência ao testemunho dado por uma ex-namorada de Lula, Miriam Cordeiro, no programa eleitoral do então candidato Fernando Collor de Mello.

Ela disse que Lula ofereceu dinheiro para que ela abortasse da filha de ambos, Lurian. Depois, Lurian defendeu o pai, também na TV.

A nota do PSDB diz que a acusação de que Monica teria feito um aborto dá “continuidade ao jogo sujo que tem caracterizado a presente campanha desde que um núcleo do PT, montado para fazer dossiês contra o candidato tucano à Presidência, foi descoberto em Brasília”.

“Primeiro eles atacaram a filha de José Serra. Depois atacaram o seu genro. Agora eles agredem a sua mulher, Monica, que tem a irrestrita solidariedade, amor e respeito de seu marido, de seus filhos, netos e de milhões de brasileiros”, conclui a nota.

Uma das alunas de Monica no curso da Unicamp, Sheila

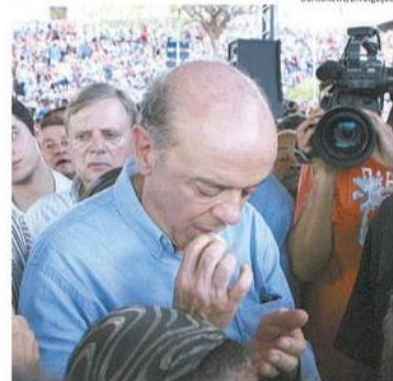
Canevacci Ribeiro, 37, postou uma mensagem na rede social Facebook em que contou a história, confirmada depois em entrevista ao jornal. Outra ex-colega de curso confirmou o relato à **Folha**, sob condição de anonimato.

Sheila afirmou que decidiu revelar a suposta conversa depois que Monica disse, há um mês, no Rio, que Dilma Rousseff (PT), que já defendeu a descriminalização do aborto, seria a favor de “matar criancinhas”, segundo a Agência Estado.

Antes de publicar a reportagem, a **Folha** procurou Monica durante dois dias, mas não obteve resposta.

CAMPANHA

ObitoNews/Divulgação



O tucano José Serra comunga durante missa em Canindé

Fonte: Folha de S. Paulo (2010)

Na notícia, tem-se o trecho: “*O texto afirma que ‘essa acusação falsa, que já circulava antes na internet, repete o padrão Miriam Cordeiro de que o então candidato Luiz Inácio Lula da Silva foi vítima na eleição de 1989. (...) A nota do PSDB diz que a acusação de que Monica teria feito um aborto ‘dá continuidade ao jogo sujo que tem caracterizado a presente campanha desde que um núcleo do PT, montado para fazer dossiês contra o candidato tucano à Presidência, foi descoberto em Brasília’*”.

Na notícia, é mostrado que a campanha do candidato do PSDB, que colocou a discussão sobre a legalização ou não do aborto na pauta eleitoral, teve que se manifestar sobre a possível ambiguidade que a cercava sobre o assunto. José Serra durante a campanha se colocou como o candidato que tinha apenas uma opinião sobre o aborto – pela sua criminalização – e que não mudou seu discurso e ideia sobre ele. No entanto, agora se vê confrontado por um fato do passado usado para tirar prestígio e apoios de sua candidatura.

Até esse momento, era a campanha de Serra que jogava a bomba de efeito moral para o adversário e era a candidatura petista que tinha que lidar com as consequências de se ver associada à legalização do aborto. O papel dos tucanos era o de ataque, o de jogar a bomba e ver como o adversário iria reagir. No entanto, ao ver-se vítima deste mesmo tipo de ataque, a campanha do PSDB recorre também ao passado – da mesma forma que fez Lula – ao relembrar o que aconteceu na campanha de 1989.

Em matéria do dia 20 de outubro, veiculada na Folha de S. Paulo, com o título: *“Campanha de Serra vê perda de fôlego e traça mudanças”*, é possível notar que a bomba já não provocava mais o efeito esperado. Em um trecho temos: *“Um reflexo disso foi o abandono do tema do aborto e de questões religiosas pelo candidato 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 próprio tucanato, especialmente, depois que a mulher de Serra, Monica, acabou incluída involuntariamente no noticiário...”*

Uma bomba de efeito moral causa efeito por um tempo, mas com o tempo perde sua validade e os resultados esperados não são mais obtidos. Assim, o aborto foi uma estratégia interessante durante um período da campanha eleitoral, em que conseguiu desestabilizar a candidatura do PT. Mas o seu uso intensivo acabou por prejudicar o lado que mais se utilizava dessa arma. Numa guerra eleitoral, é necessário atacar em várias frentes de batalhas, mostrar fraquezas do adversário em diversos momentos. O aborto foi tão usado, que acabou perdendo seu efeito.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na pesquisa, discutir o aborto requereu colocar os argumentos em termos ancorados na legalização ou criminalização da prática. Dentro dessas duas ancoragens foi possível estabelecer diversas representações sociais. Analisamos oito categorias - *PT*, *Morte*, *Saúde Pública*, *Negação da Maternidade*, *Valores Cristãos*, *Vida*, *Conservadorismo*, *Família* – que nos pareceram evidentes quando analisamos as 105 notícias e reportagens que selecionamos para o corpus. Evidente também está que outras categorias podem surgir caso outros pesquisadores, com referenciais teóricos e objetivos distintos, se debrucem sobre o material, assim como a linha que separa uma categoria da outra é bastante tênue.

O jornalismo atua na construção de uma realidade social que será compartilhada pela sociedade em que está inserido. Sua credibilidade e o pacto estabelecido com seus leitores garantem a ele legitimidade para interpretar a realidade construindo um mundo possível. O jornalismo parte de um mundo de referência para construir um mundo possível (ALSINA, 2009). É papel de jornalistas traduzirem a realidade para que ela possa ser compartilhada e discutida por leitores/ouvintes/telespectadores. No entanto, a escolha dos enquadramentos que serão utilizados na construção de uma notícia não é neutra, e parecem invisíveis tanto ao público quanto a jornalistas que escrevem uma notícia ou reportagem.

Na cobertura jornalística da campanha presidencial de 2010, o que percebemos é que as jornalistas e os jornalistas construíram um mundo de referência em que o aborto ainda foi enquadrado em termos conservadores. É importante ressaltar que foram listadas categorias que colocam a discussão em uma perspectiva progressista, entendendo o aborto como uma discussão de saúde pública. No entanto, as matérias em que o aborto é tratado de um ponto de vista religioso foram mais recorrentes. Essa afirmação é válida para ambos os veículos analisados: Folha de S. Paulo e Jornal do Commercio.

O enquadramento religioso e conservador dado ao aborto nos jornais no período de campanha não é, em si, um fato novo. Fontes (2012) já apresentava esse dado em sua pesquisa, de que homens e religiosos foram as principais fontes ouvidas pelos/pelas repórteres.

De acordo com Hall (1999), o jornalismo tende a reproduzir as relações de poder estabelecendo hierarquia de credibilidade. Uma das formas em que isso é materializado é no momento de escolha das fontes para a construção das notícias. Então, ao colocarem padres,

pastores e políticos conservadores como definidores primários das notícias sobre aborto, os jornais optaram por seguir aquilo que é estabelecido pelo *status quo*.

O que percebemos é que, apesar do grande volume de matérias que reiteram a hegemonia na sociedade que ainda quer tratar o aborto como uma questão pessoal – até mesmo em momentos de eleição presidencial – há também espaço para críticas a esse modelo estabelecido e que é perpetuado nos meios de comunicação. Assim, temos matérias que criticam o tom conservador em que o debate do aborto foi levado pelos candidatos e os atores que entraram nessa disputa.

A política é apresentada como uma guerra. A campanha eleitoral é o momento em que o belicismo se aprofunda e cada oponente mostra as armas com que enfrentarão o adversário. As categorias apreendidas nos mostram que havia uma identificação da legalização do aborto com o Partido dos Trabalhadores e com a candidata Dilma Rousseff, que era com frequência instada a se posicionar sobre o tema. Ainda que os demais candidatos – Marina Silva ou José Serra – fossem questionados sobre o assunto, era em relação ao PT e a Dilma que eles falavam em primeiro lugar.

Os questionamentos que vinham tanto dos jornais quanto dos demais atores envolvidos nessa disputa ideológica em torno do aborto não estavam ligados a políticas de saúde, como a implantação da Política Nacional de Atenção à saúde Integral da Mulher (PNAISM). Pelo contrário. O que se viu foi um total ocultamento desse tipo de discussão e uma valorização de debates instaurados sob uma perspectiva do aborto como *valores cristãos*.

A discussão que ronda o Congresso brasileiro sobre a legalização do aborto – que foi retirado, inclusive, da nova proposta de Código Penal votada pelo Senado Federal em dezembro de 2013 – ainda está pautada no debate sobre o começo da vida, e não sobre a vida das mulheres que morrem em consequência de abortos mal sucedidos. Assim, ao associar a legalização do aborto com a “morte”, o seu oposto também se aplica. Criminalizar o aborto parece então salvar vidas. Nas matérias foi comum a aparição da mensagem de que quem é “contra o aborto, é a favor da vida”. No entanto, essa afirmação revela um traço cruel da discussão do aborto: desconsiderar, criminalizar, prender, mutilar e matar as mulheres que recorrem ao abortamento inseguro.

A constituição de 1988, conforme Sarmiento (2006, p. 142), não só estabeleceu a liberdade de expressão religiosa como também definiu “o princípio da laicidade do Estado, que impõe aos poderes públicos uma posição de absoluta neutralidade em relação às diversas concepções religiosas”. Com o aumento das bancadas religiosas no legislativo e uma pouca propensão do poder executivo de se colocar ante as pressões desses grupos – por querer

aumentar as alianças e garantir a governabilidade – o que tem havido no Brasil é a continuação da sacralidade de alguns temas que deveriam ser discutidos em termos políticos.

Uma religião fortemente baseada em valores androcêntricos aliada a uma política também restrita aos homens forma um pacto – ainda que invisível – de pouco respeito às mulheres. Dessa forma, o inciso I do art. 5º da Constituição de 1988, que diz que “homens e mulheres são iguais, nos termos desta Constituição”, não é cumprido. Pois, ainda que o status jurídico das mulheres tenha se transformado, que o homem não seja mais visto como o “chefe do casal”, com poderes de decidir sobre a vida de sua companheira, as mulheres ainda são tratadas como cidadãs de segunda classe. Negar o direito ao aborto seguro e legal é uma forma de afirmação do Estado brasileiro de que a vida das mulheres tem menos valor do que a dos homens e que seu corpo pode ser instrumentalizado por outros agentes – como a Igreja.

A objetivação do aborto como uma bomba de efeito moral foi uma tentativa de mostrar que em um cenário de “guerra eleitoral” tudo é válido. E aí colocar os Direitos reprodutivos das mulheres como moeda de troca para conseguir votos também é encarado como uma possibilidade. As notícias e reportagens deixaram claros que o aborto foi usado para afetar o lado adversário. A estratégia que teve início com a campanha de José Serra ainda no primeiro turno, já ao final do segundo turno foi usada contra ele e acabou por ser abandonada.

A pesquisa nos mostrou que as Representações Sociais sobre o aborto estão ancoradas em dois pontos antagônicos. Os jornais pesquisados e as matérias analisadas nos mostraram que a **legalização** e a **criminalização** são as duas ancoragens em que as diversas categorias para enquadrar a discussão do aborto estão amparadas. Isso revela que os jornais interpretam e publicam aquilo que está latente na sociedade, uma vez que as discussões no Congresso Nacional, nos fóruns feministas ou nas reuniões da CNBB, por exemplo, também seguem essas dimensões. E essas discussões propostas pelo jornalismo também influenciam os demais setores da sociedade.

Por ter sido uma pesquisa durante o período de campanha presidencial, as categorias baseadas em cada uma das duas ancoragens estão muito ligadas ao momento político da época. Não podemos afirmar que fora daquele contexto determinado encontraríamos as mesmas categorias. O que a pesquisa nos mostra é que em se tratando de momento eleitoral, em que o jornalismo político passa a atuar de maneira mais intensa, a tendência das representações sociais do aborto – que ainda se configura como tema polêmico na sociedade – tende para a manutenção da norma. Ou seja, o jornalismo opta pela continuidade e não pela ruptura da representação social do aborto como algo que deve continuar criminalizado.

Sendo a objetivação, algo que nem sempre acontece no processo de formação das representações sociais, tentamos criar uma qualidade icônica para algo que era muito visível no momento de pesquisa das notícias e reportagens: o uso político do aborto. Daí que o aborto se mostrou como uma arma eleitoral que foi usada, sobretudo, para ferir a/o adversária/adversário, sem, contudo, causar a “morte” política de quem era atingida/atingido.

Em 2014, teremos novas eleições para escolher representantes que irão governar o país. Até o momento, já existem três candidaturas em um cenário bastante diferente daquele vislumbrado em 2010. Porém, acompanhando como expectadora as alianças políticas que estão se desenhando, a criação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para investigar Organizações Não Governamentais (ONGs) que discutem a legalização do aborto no país (CPI do aborto), a presença maciça de deputados evangélicos – com grandes chances de serem reeleitos – na Comissão de Direitos Humanos da Câmara Federal, infelizmente, o cenário eleitoral de 2014 pode ser muito semelhante ao de 2010. Porém, nos resta acreditar que o jornalismo atue na transformação das representações sociais do aborto nessas próximas eleições. E, quem sabe, continuar a investigação sobre o tema.

REFERÊNCIAS

- ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- ARDAILLON, Danielle. O aborto nas pesquisas das Ciências Sociais: objeto ou instrumento? In ÁVILA, Maria Betânia; PORTELLA, Ana Paula; FERREIRA, Verônica. **Novas legalidades e democratização da vida social: família, sexualidade e aborto**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.
- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 12ª edição, 2006.
- BERGER, P. L; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 12ª edição. Petrópolis: Vozes, 1995.
- _____. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido**. Petrópolis: Vozes, 2004.
- BESSE, Susan K. **Modernizando a desigualdade**. São Paulo: Edusp, 1999.
- BOCCHINI, Maria Otília; REIMÃO, Sandra. Participação da Mulher na Mídia. In MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano (orgs.). **Mídia cidadã: Utopia Brasileira**. São Bernardo do Campo: Editora UMESP, 2006.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BRAH, Avtar. Diferença, diversidade, diferenciação. **Cadernos Pagu** (26), p. 329-376, Campinas, 2006.
- BRASIL. Ministério da Saúde. **20 anos de pesquisas sobre aborto no Brasil**. Secretaria de Ciência, Tecnologia e Insumos Estratégicos. Departamento de Ciência e Tecnologia. Série B. Textos Básicos de Saúde. Brasília, 2009.
- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero, feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CARNEIRO, Sueli. Mulheres em movimento. **Estudos avançados**, 17 (49), p. 117-132, São Paulo, 2003.
- CHAUÍ, Marilena. **Brasil: mito fundador e sociedade autoritária**. 1ª ed. 7ª reimpressão. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2007.
- COLLIN, Françoise; LABORIE, Françoise. “Maternidade”. IN HIRATA, Helena et al. **Dicionário Crítico do Feminismo**. São Paulo: Editora UNESP, 2009.
- CORRÊA, Sônia; JANUZZI, Paulo de Martino; ALVES, José Eustáquio Diniz. **Direitos e saúde sexual reprodutiva: Marco teórico-conceitual e sistema de indicadores**. Disponível em: <www.abep.org.br/fotos/Dir_Sau_Rep.pdf> Acesso em 1º outubro 2011.
- DINIZ, Debora; MEDEIROS, Marcelo. **Aborto no Brasil: uma pesquisa domiciliar com técnica de urna**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo> Acesso em 18 janeiro 2013.

_____, Débora; VÉLEZ, Ana Cristina Gonzales. O aborto na suprema corte: o caso da anencefalia no Brasil. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, maio/agosto 2008.

FAUSTO NETO, Antônio. **O impeachment da televisão: como se cassa um presidente**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.

FONTES, M. **O aborto na campanha eleitoral de 2010 e seu enquadramento na imprensa**. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/>> Acesso em 23 junho 2012.

FRANÇA, Vera; CORRÊA, Laura. Dilma Rousseff: Transição de imagens no processo de construção de uma mulher presidenciável. In FAUSTO NETO, Antônio; MOUCHON, Jean; VERÓN, Eliseo. **Transformações de mediatização presidencial: corpos, relatos, negociações, resistências**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2012.

GALEOTTI, Giulia. **Historia del aborto**. 1.^a ed. Buenos Aires: Nueva Visión, 2004

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo: como se forma el presente**. México: Paidós, 1991.

GOLDBERG, Anette. **Tudo começou antes de 1975: ideias inspiradas pelo estudo da gestação de um feminismo “bom para o Brasil”**. Departamento de Sociologia – Área de Pós-Graduação – Núcleo de Estudos da Mulher e Relações Sociais de Gênero, 1989.

GUARESCHI, Pedrinho A. **Psicologia social crítica: como prática de libertação**. Porto Alegre, EDIPUCRS, 2004.

_____. A banalização da política e do político: uma análise ideológica do programa Casseta & Planeta. In GUARESCHI, Pedrinho A. (Org.). **Os construtores da informação: meios de comunicação, ideologia e ética**. Petrópolis: Vozes, 2000.

_____. Representações sociais, mídia e movimentos sociais. In - GUARESCHI, Pedrinho; HERNANDEZ, Aline; CÁRDENAS, Manuel. (Orgs.). **Representações sociais em movimento: psicologia do ativismo político**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2010.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. 11^a ed. 1^a reimp. - Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

_____. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte, Editora UFMG; Brasília, Representação da Unesco no Brasil, 2003.

_____ et al. A produção social das notícias: O mugging nos media. In TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Veja, 2^a edição, 1999.

HARDING, Sandra. A instabilidade das categorias analíticas na teoria feminista. In: **Revista Estudos Feministas**, n.1, CIEC/ECO/UFRJ, primeiro semestre, p. 7 a 31, 1993.

MENICUCCI, Eleonora. Os sujeitos da luta pela legalização do aborto. In ÁVILA, Maria Betânia; PORTELLA, Ana Paula; FERREIRA, Verônica. **Novas legalidades e**

democratização da vida social: Família, Sexualidade e Aborto. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

MELLO, Jacira. A construção da opinião no debate sobre aborto. In ÁVILA, Maria Betânia; PORTELLA, Ana Paula; FERREIRA, Verônica. **Novas legalidades e democratização da vida social:** Família, Sexualidade e Aborto. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

MIOTELLO, Valdemir. Ideologia. In BRAIT, Beth (Org.). **Bakhtin - conceitos chave.** 4ª edição, São Paulo: Editora Contexto, 2008.

MORENO, Rachel. **A imagem da mulher na mídia: controle social comparado.** São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais:** investigações em psicologia social. 8ª edição. Petrópolis: Vozes, 2011.

PAIXÃO, Ivan. Aborto: aspectos da legislação brasileira. In CAVALCANTI, Alcilene; XAVIER, Dulce. **Em defesa da vida:** aborto e direitos humanos. São Paulo: Católicas pelo Direito de Decidir, 2006.

PEREIRA DE SÁ, Celso. Representações Sociais: o conceito e o estado atual da teoria. In SPINK, Mary Jane (Org.). **O conhecimento no cotidiano:** as representações sociais na perspectiva da psicologia social. São Paulo: Brasiliense, 2004.

PINHO, Andrea A. **Os debates sobre o aborto na mídia brasileira:** dos enquadramentos midiáticos a construção de uma democracia plural. Disponível em <<http://www.ces.uc.pt/e-cadernos/media/ecadernos4/e-cadernos4.pdf>> Acesso em 5 setembro, 2012.

PISCITELLI, Adriana. Reflexões em torno do gênero e feminismo. In: COSTA, Cláudia de Lima; SCHMIDT, Simone Pereira (Orgs.). **Poéticas e políticas feministas.** Florianópolis: Editora Mulheres, 2004.

ROCHA, Maria Isabel. Planejamento Familiar e Aborto: Discussões políticas e decisões no parlamento. In. ÁVILA, Maria Betânia; PORTELLA, Ana Paula; FERREIRA, Verônica. **Novas legalidades e democratização da vida social:** Família, Sexualidade e Aborto. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.

RODRIGO ALSINA, Miquel. **A construção da notícia.** Tradução de Jacob Pierce. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

ROSADO, M. J. **O tema do aborto na Igreja Católica:** divergências silenciadas. Disponível em: <http://www.catolicas.org.br/artigos/conteudo.asp?cod=3486> Acesso em 12 dezembro 2012.

RUBIM. Antonio Albino Canelas. Visibilidades e estratégias nas eleições presidenciais de 2002: política mídia e cultura. In. RUBIM. Antonio Albino Canelas. (org). **Eleições Presidenciais em 2002:** ensaios sobre mídia cultura e política. São Paulo: Hacker, 2004.

_____, Antônio Albino Canelas. *Espetáculo, Política e Mídia*. Trabalho apresentado no XI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), Rio de Janeiro/RJ, 4 a 7 de junho 2002.

RUBIN, Gayle. **O Tráfico de mulheres**: notas sobre a “economia política” do sexo. Recife: SOS Corpo, 1993.

SÁDABA, Teresa. **Framing**: el encuadre de las noticias – El binomio terrorismo-medios. Buenos Aires: La Crujía, 2007.

SANEMATSU, Marisa; MELO, Jacira. Cobertura sobre mulheres na política nas eleições de 2010: uma oportunidade perdida de aprofundar o debate. In ALVES, José Eustáquio Diniz; JARDIM PINTO, Céli Regina; JORDÃO, Fátima (org.) **Mulheres nas eleições 2010**. São Paulo: ABCP/Secretaria de Políticas para as Mulheres, 2012.

SANTOS, Maria de Fátima. NOVELINO, Aída Maria. NASCIMENTO, Anna Paula. O mito da maternidade: discurso tradicional sob roupagem modernizante? In PAREDES, Antônia Silva; JESUÍNO, Jorge Correia (orgs). **Representações sociais: teoria e prática**. 2ª edição. João Pessoa: Editora Universitária/UFPB, 2003.

SARMENTO, Daniel. Legalização do aborto e constituição. In CAVALCANTI, Alcilene; XAVIER, Dulce. **Em defesa da vida**: aborto e direitos humanos. São Paulo: Católicas pelo Direito de Decidir, 2006.

SARTI, Cynthia. **Feminismo no Brasil**: uma trajetória particular. Cadernos de pesquisa. São Paulo (64):38-47, fev 1988.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, Vozes, 1995.

TRAQUINA, Nelson. **O poder do Jornalismo** – Análise e textos da teoria do Agendamento. Editora Minerva, Coimbra, 2000.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia**: Estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona. Ediciones G. Gilli, 1978.

VENTURA, Miriam. **Direitos reprodutivos no Brasil**. Disponível em: http://www.unfpa.org.br/Arquivos/direitos_reprodutivos3.pdf Acesso em 05 setembro 2012.

WEBER, Maria Helena. **Comunicação e espetáculos da política**. Porto Alegre, Ed. Universidade/UFRGS, 2000.