

**MANTOVANI, Denise Maria**

Doutoranda do Instituto de Ciência Política da Universidade de  
Brasília (IPOL/UnB).

<denisemantovani@yahoo.com.br>

## Eleições 2010: como os enquadramentos e as vozes organizaram os limites da controvérsia do aborto

### RESUMO

O artigo pretende refletir sobre a construção da agenda da mídia nas eleições presidenciais de 2010, e sobre quais os atores que dominaram o acesso aos meios de comunicação de massa, responsáveis pela produção dos sentidos e experiências coletivas no mundo contemporâneo. O objetivo central deste paper é observar como se processam os mecanismos de formação da agenda jornalística, tendo como estudo de caso a ênfase à temática do aborto na cobertura noticiosa das eleições presidenciais realizada pelos jornais O Globo, Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo. Através desta análise, pretendemos demonstrar que a formação da agenda da mídia é fruto de disputas, tensões e ajustes entre atores de campos simbólicos diversos, entre os quais o campo político e a própria mídia. A partir deste estudo, o texto pretende contribuir para a reflexão sobre os fatores que interferem nos processos de formação da agenda da mídia e seus efeitos na propagação e naturalização de posições socialmente dominantes.

Palavras-chave: mídia; política; agenda-setting; comunicação; política.

### ABSTRACT

This article aims to reflect about the construction of the media agenda in the 2010 presidential election, with the actors that dominated access to the means of mass communication, responsible for the production of sense and collective experiences in the contemporary world. The main objective of this paper is to observe how the mechanisms of formation process of journalistic agenda, taking as a case study the emphasize about the abortion in the news coverage of the presidential elections held by the O Globo newspaper, Folha de SP and O Estado de SP. Through this analysis, we intend to demonstrate that the formation of the media agenda is the result of disputes, tensions and adjustments between various actors of symbolic fields, including the political field and the media itself. From this study, the paper seeks to contribute to consideration of the the factors involved in the formation of the agenda of the media and its effects on the spread and naturalization of socially dominant positions.

Keywords: media, ; politics; agenda-setting; communication.

## Eleições 2010: como os enquadramentos e as vozes organizaram os limites da controvérsia do aborto

*[Election 2010: how the frameworks and voices organized limits to the controversy of abortion]*

MANTOVANI, Denise Maria

O presente artigo<sup>1</sup> pretende analisar o processo de competição que culminou com o agendamento da temática sobre a descriminalização do aborto na cobertura jornalística das eleições presidenciais de 2010. O principal argumento deste estudo sustenta que houve uma disputa entre os campos político e jornalístico em torno da delimitação dos temas centrais para o debate nas eleições. De um lado, os três jornais<sup>2</sup> posicionavam-se contrários ao tema do aborto, pois submeteria o debate eleitoral a “dogmas conservadores da igreja”<sup>3</sup>. De outro, havia um forte embate no campo político promovido por integrantes de partidos e grupos religiosos em torno do tema, com críticas à candidata Dilma por ter feito declarações a favor da descriminalização do aborto em anos anteriores à eleição.

Apesar do posicionamento dos jornais e da tentativa de sustentar que a agenda dos escândalos políticos produziria resultados mais eficientes para a queda das intenções de voto na candidata Dilma Rousseff do que a agenda religiosa<sup>4</sup>, houve uma mudança na

72

<sup>1</sup> Artigo apresentado no 8º Encontro da Associação Brasileira de Ciência Política, em Gramado, de 01 a 04/08/2012 na Área Temática 01 – Comunicação Política e Opinião Pública. Agradeço as sugestões de Flávia Biroli (UnB), que leu o artigo antes da publicação e de Alessandra Aldé (UERJ), Fabro Steibel (UFF), Emerson Cervi (UFPR) e Ricardo Fabrino Mendonça (UFMG), que deram importantes contribuições durante a apresentação do trabalho no Congresso da ABCP.

<sup>2</sup> O corpus da pesquisa engloba o noticiário do dia 11 de julho de 2010, final da copa do mundo, até o dia 31 de outubro de 2010. Foram 112 dias de análise das edições de três jornais de grande circulação nacional: O Globo, Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo.

<sup>3</sup> Foram 13 editoriais contrários à abordagem do aborto no debate eleitoral, dentre os quais destacamos “A sucessão sequestrada”, OESP, 11/10/2010, p. A2.

<sup>4</sup> No primeiro turno, a maior parte da agenda da mídia cobrava do governo e sua candidata, Dilma Rousseff, sobre a quebra do sigilo fiscal de familiares do candidato José Serra e integrantes do PSDB, e por denúncias feitas pela revista Veja sobre a montagem de um dossiê contra Serra por integrantes da equipe de Dilma (chamado na época de “caso dos Aloprados 2”). Além destes, também dominava o

estratégia das campanhas eleitorais e da cobertura das eleições pelo campo jornalístico na virada do 1º para o 2º turno<sup>5</sup>. O noticiário ajustou-se a uma agenda da qual não concordava, e diante deste novo cenário atuou para enfatizar o aborto como um eixo importante da cobertura jornalística das eleições no 2º turno, definindo os enquadramentos e as vozes dominantes neste contexto.

É sabido que os meios de comunicação de massa têm um papel central na definição da importância a atribuir a um assunto, além de desempenhar uma função relevante na modelagem e percepção da realidade (McCombs e Shaw *apud* Traquina, 2000, p. 64). Nossa hipótese neste artigo procura demonstrar que o campo jornalístico, ao estabelecer os limites das controvérsias sobre o aborto na narrativa jornalística, ajustou-se a um enfoque promovido por determinados atores políticos e religiosos, aproximando-se e legitimando uma temática com enquadramento conservador na agenda eleitoral de 2010.

O agendamento da temática sobre a descriminalização do aborto no noticiário eleitoral do segundo turno de 2010 foi produzido a partir de uma das principais características do fenômeno identificado na Teoria do *agenda setting*: a redundância na abordagem jornalística (McCombs, 2009, p. 80). Ao dar relevância para o tema com ênfase na cobertura do tipo “corrida de cavalos”, o campo jornalístico “fixou” o assunto de forma a moldar o ambiente político num contexto de intenso e homogêneo questionamento moral sobre ser “a favor ou contra” à descriminalização do aborto, orientando a cobertura das campanhas eleitorais neste aspecto. A observação dos textos jornalísticos do período demonstra que o assunto estava presente nas perguntas dos jornalistas aos candidatos à presidência – contra ou a favor da descriminalização do aborto. Os periódicos analisados nesta pesquisa também destacaram os comentários, declarações, notas e posicionamentos sobre o aborto por parte dos candidatos e representantes do campo político e religioso.

---

noticiário político do 1º turno o escândalo de tráfico de influência dos familiares da chefe da Casa Civil, Erenice Guerra, braço direito de Dilma quando ministra chefe da Casa Civil e sua sucessora no cargo. A Folha de S. Paulo defendeu em editorial no dia 12/10 que os escândalos políticos foram mais influentes para a mudança na intenção de votos no 1º turno do que a agenda religiosa (“A fé nos boatos”, Folha de SP, 12/10/2010, p. A2).

<sup>5</sup> Reportagens no final de setembro registram uma atenção do campo político para o tema do aborto ainda no 1º turno. Segundo as matérias, o motivo seria a onda de boatos disseminada pela internet com discursos e gravações de padres e bispos católicos e evangélicos contra a candidatura de Dilma devido ao seu suposto apoio ao aborto e ao casamento gay, que teriam provocado sua queda nas pesquisas de intenção de voto. Na última semana de setembro, os textos jornalísticos registravam pesquisas apontando a queda na intenção de voto na candidata petista entre o eleitorado religioso. Os textos jornalísticos enfatizavam que o último programa eleitoral do primeiro turno explorou temas caros ao “eleitorado médio e conservador”: Dilma reafirma o respeito às crenças religiosas e Serra aparece no programa eleitoral com a família. (“Polêmica do aborto leva Dilma às igrejas”, OESP, 30/09/10, p. A4 e “Fé e família marcam a despedida na TV”, Folha de SP, 01/10/2010, p. E7).

Ao analisar a frequência com que o aborto foi referido nos textos jornalísticos, ficam mais evidentes os mecanismos do agendamento. Dos 112 dias analisados nesta pesquisa, definidos entre 11 de julho a 31 de outubro de 2010, o tema do aborto teve algum tipo de registro em 76 dias (67,85% do período). De referências esporádicas, o tema passa a ter maior intensidade na última semana de campanha eleitoral no 1º turno (26/09) e atinge seu ápice durante o mês de outubro, já no 2º turno das eleições (Fig. 1). Da mesma forma, as referências à descriminalização do aborto na capa dos jornais analisados demonstram uma mudança profunda na postura editorial dos jornais. Durante o 1º turno, o tema praticamente não esteve presente nas capas dos periódicos analisados. Das 78 referências ao aborto presentes na capa dos jornais analisados entre julho a outubro de 2010, 74 foram encontradas somente no mês de outubro (Fig. 2).

Além disso, é possível identificar nos textos jornalísticos que a narrativa sobre a descriminalização do aborto produziu um enfoque negativo à candidata Dilma. Suas falas neste tema estavam majoritariamente vinculadas a enquadramentos que a colocavam na defensiva<sup>6</sup>. Na primeira parte deste artigo desenvolveremos uma reflexão sobre a teoria do *agenda-setting* e as disputas pela definição da agenda envolvendo a relação entre os jornalistas, suas fontes e as vozes dominantes no noticiário eleitoral. Na segunda parte pretendemos demonstrar, através dos dados da pesquisa empírica, o processo de ajuste entre as agendas do campo jornalístico e do campo político sobre a descriminalização do aborto. As vozes e atores predominantes nos registros jornalísticos e enquadramentos centrais formataram a temática do aborto no debate eleitoral e integram a reflexão que pretendemos desenvolver neste artigo.

**74**

### **1. A formação da agenda e a competição pela construção do noticiário**

Apesar das novas tecnologias permitirem uma grande diversidade de fontes alternativas para informação, é a narrativa produzida pelos meios de comunicação convencionais (rádio, televisão, jornais) que ocupa posição central na definição do que as sociedades modernas identificam como relevantes. Em razão disso, há uma permanente “luta simbólica” em torno da construção da agenda e da narrativa midiática (Gomes, 2004, p. 239), uma vez que a mídia torna-se a “fiadora” do que é relevante social e politicamente para os cidadãos terem conhecimento.

---

<sup>6</sup> Este estudo amplia as primeiras abordagens realizadas em artigo anterior (Mantovani, 2011) que observou empiricamente as vozes e enquadramentos presentes em artigos de opinião nos jornais O Globo e Folha de SP.

Os discursos reproduzidos pelo campo jornalístico<sup>7</sup> podem indicar as compreensões da política que se tornam hegemônicas no campo mais amplo da produção ideológica (Biroli e Miguel, 2011, p. 7). Por esta razão, é importante refletir sobre o problema da formação da agenda midiática. Embora não esteja disputando diretamente os espaços de poder no campo político, a mídia atua e interage com os elementos simbólicos de que dispõe (a cobertura jornalística, por exemplo), de forma que seus agentes também são ativos no processo de luta pelo poder político.

Os estudos sobre o *agenda-setting* demonstram que em sociedades definidas por sistemas políticos e de mídia abertos, a atenção do público para determinados assuntos cresce à medida que aparecem na agenda da mídia (McCombs, 2009, p. 67). O efeito cumulativo e o período de tempo em que o tema é destacado pelo noticiário são aspectos que contribuem para a transferência de um tópico da agenda midiática para a agenda pública. Além destes pontos, a redundância com que um tema é tratado pela mídia também deve ser considerada como parte de uma estratégia para produzir um efeito de atenção e de definição de valores simbólicos (McCombs, 2009, p. 80).

Assim, o ambiente político é influenciado pelos acontecimentos e pelas ênfases selecionadas e difundidas pelo campo jornalístico, que, por sua vez, precisa fazer coincidir em alguma medida os seus relatos com os acontecimentos produzidos pelo campo político. Há uma interação entre os dois campos, o que produz uma competição dos atores sociais pela mobilização de determinadas ocorrências para que estejam em acordo com as necessidades do campo jornalístico (Traquina, 2003, p. 23). Desta forma, é preciso considerar os espaços sociais e as instituições que produzem discursos e concorrem com aquelas informações que os meios de comunicação fazem circular (Biroli e Miguel, 2011, p. 8). Estas instituições e seus atores, como a igreja, os parlamentares e seus diferentes meios de comunicação com o público, fazem parte de um conjunto de “promotores de ocorrências” (Traquina, 2003, p. 25), que procuram exercer influência e disputar a construção da agenda da mídia.

Além do objeto para o qual a atenção do público é dirigida, há também os atributos que serão selecionados para descrever estes objetos. Os “atributos” com que os jornalistas selecionam e enfatizam seus relatos noticiosos sugerem ao público não apenas o que pensar, mas *como* pensar sobre eles (McCombs, 2009, p. 114). Os processos de seleção dos acontecimentos “noticiáveis” e os filtros utilizados pelos meios de comunicação para enfatizar um objeto constroem uma hierarquia de atributos que podem realçar ou

---

<sup>7</sup> Utilizamos neste estudo a definição de Bourdieu para campo simbólico como “um espaço estruturado com posições sociais [e hierarquias] internas distintas entre os agentes, que atuam de forma a buscar atingir seus interesses” (Bourdieu, 2007, p. 85).

ignorar determinados aspectos ou mesmo constituir um valor para este objeto (positivo ou negativo). Tais mecanismos do processo de produção da notícia constituem-se num instrumento poderoso do campo da mídia. Os dados coletados nesta pesquisa demonstram que os enquadramentos sobre a descriminalização do aborto na cobertura jornalística das eleições presidenciais de 2010 tiveram considerável influência na competição eleitoral e na construção da imagem dos candidatos. Ao colocar o tema do aborto na ordem do dia de atenção do público, dar-lhe importância e salientar determinados atributos em detrimento de outros, o campo da mídia demonstrou ser um importante ator na produção de sentidos. A análise de Ricardo Mendonça e Ana Carolina Ogando (2011) sobre a construção do discurso feminino nos programas eleitorais de 2010 revela que a candidata petista teve a necessidade de “combater estereótipos negativos que a caracterizavam como agressiva e/ou masculinizada, bem como pela necessidade de dialogar com o fortalecimento de opiniões conservadoras e religiosas da cena pública brasileira” (Mendonça e Ogando, 2011, p. 21).

## 2. Enquadramentos da notícia e construção da realidade

As notícias são construções narrativas, ou seja, são realidades possuidoras de sua própria validade (Traquina, 2000, p. 27). Esta premissa auxilia a compreensão teórica de que a definição da agenda e, o modo como a cobertura jornalística responde às diferentes pressões dos jogos de interesses em disputa na sociedade, são partes do mesmo processo de definição de sentido e de seleção das posições que vão constituir o debate eleitoral (Biroli e Mantovani, 2010, p. 97).

Há reciprocidade entre a agenda da mídia e a agenda política. Certos atributos de um objeto funcionam como argumentos marcantes para organizar e estruturar a imagem perante o público, produzindo um efeito de sugestionamento (priming) de perspectivas que guiam as opiniões do público, influenciando julgamentos (McCombs, 2009, p. 188). Isso ocorre porque as pessoas utilizam “atalhos intuitivos” que recolhem nas “pitadas de informação” que são particularmente salientes no momento em que o julgamento precisa ser feito (McCombs, 2009, p. 187).

Por outro lado, o indivíduo que recebe a informação dos meios de comunicação de massa tem hoje a seu dispor uma série de mecanismos e instrumentos de informação, da internet a canais próprios vinculados ao seu universo de interesse, atenção e interação social, como escolas, sindicatos, igrejas, sociedades de recreação, blogs, redes sociais etc. Não podem mais ser considerados meros “receptores” de informação da mídia, como evidencia o resultado eleitoral de 2010 e como ocorreu nas eleições presidenciais de 2006 (Lima, 2007, p. 24).

No entanto, a forma como determinadas posições são retratadas pelos meios de comunicação “universaliza” uma visão sobre o mundo social, reforçando determinados padrões, comportamentos e opiniões como se fosse o “senso comum”, não refletindo com equilíbrio e neutralidade todas as opiniões (e representações) dos grupos sociais presentes no mundo social ou no campo político (Bourdieu, 2001, p. 118). O conteúdo da mídia pode desempenhar um papel político e ideológico importante a partir de um conjunto de regras e conceitos ativados pelos jornalistas, nem sempre de forma consciente ou com a deliberada intenção de manipular, mas que estruturam a produção do relato noticioso. Esta “estrutura profunda” seriam os “enquadramentos” da notícia, entendidos como “marcos interpretativos mais gerais, construídos socialmente, que permitem às pessoas dar sentido aos eventos e às situações sociais” (Porto, 2004, p. 76).

Os enquadramentos que temas polêmicos recebem na cobertura jornalística podem produzir efeitos importantes para a construção de posicionamentos e preferências sociais. Gaye Tuchman argumenta que “as notícias impõem um enquadramento que define e constrói a realidade” (Tuchman, 1978, *apud* Porto, 2004, p. 78). Através da ênfase dada a um aspecto da notícia, determinados grupos em disputa pelo poder político podem ser reforçados. No caso das eleições de 2010, algumas práticas de enquadramento da notícia associada a uma cobertura voltada para acusações entre os candidatos sobre a descriminalização do aborto, reforçada pelas posições condenatórias da igreja, contribuíram para consolidar um discurso conservador sobre o tema ao longo do debate eleitoral. Ao tornar determinado aspecto de um acontecimento mais saliente que outro, o texto comunicativo produz uma interpretação causal para o problema, uma avaliação moral ou uma recomendação de tratamento (Entman, 1994, *apud* Porto, 2004, p. 82). Por esta razão, os meios de comunicação funcionam como “dispositivos de seleção” para o que se considera socialmente relevante, construindo uma determinada percepção sobre os objetos retratados.

### 3. Vozes dominantes definem o sentido da notícia

Os critérios de seleção dos atores que vão compor a narrativa jornalística reproduzem “um conjunto restrito de discursos e dão sua chancela para determinadas formas de autoapresentação e do dizer” (Biroli e Miguel, 2011, p. 12). Quando o editor seleciona uma fala em detrimento de outras, está construindo um sentido para o acontecimento, um determinado “recorte” para a notícia.

Além dos filtros de seleção inerentes ao campo da mídia sobre *como* e *o que* será selecionado enquanto “ideia central organizadora”, também importa considerar *quem* terá acesso à arena discursiva (Gamson e Modigliani, 1987, p. 143). Sendo assim, é importante

refletir sobre o relacionamento entre os jornalistas e suas fontes na produção da notícia. Nos estudos sobre *newsmaking* fica evidente que nem todas as fontes são consideradas de mesmo valor e relevância ou com o mesmo acesso aos jornalistas.

A rede de fontes do campo jornalístico reflete, por um lado, a estrutura social e de poder vigentes e, de outro, representa as possibilidades que garantem legitimidade para o texto jornalístico. Aqueles com poder econômico ou político obtêm acesso mais fácil e são mais acessíveis, enquanto aqueles que não têm poder ou se encontram às margens destas determinações dificilmente encontram espaço na cobertura jornalística (Wolf, 2005, p. 235).

Um conjunto de razões ligadas aos processos de produção da notícia, como a necessidade de concluir um “produto” informativo dentro de um período determinado de tempo, e valores-notícia como oportunidade, produtividade, fidedignidade, confiabilidade e respeitabilidade exigem do jornalista fontes que estejam disponíveis e que sejam “confiáveis” para oferecer informações noticiáveis e sem riscos (Gans, 1979, *apud* Wolf, 2005, p. 236). Esta dinâmica limita o número de fontes a serem consultadas. Por isso, os jornalistas tendem a buscar “fontes estáveis”, que lhe garantam o cumprimento destes requisitos num menor tempo possível e sem a necessidade de buscar muitos contatos para obter seus dados. Em geral, as fontes que atendem a estes requisitos tendem a ser aquelas ligadas às instituições, aos órgãos oficiais ou aos grupos de poder dominantes (Wolf, 2005, p. 236).

O professor e pesquisador estadunidense Timothy Cook (2011) ressalta que a notícia “é o resultado de negociações recorrentes entre fontes e jornalistas, cujos resultados diários beneficiam apenas certas alocações de valores” (Cook, 2011, p. 206). O noticiário é essencialmente seletivo porque os repórteres atendem a alguns eventos e selecionam o que consideram mais importante destes eventos. Desta forma, os jornalistas podem constituir importância e legitimar uma autoridade, ao decidir quem deve falar, sobre o quê e em que circunstâncias. A dependência do jornalista às rotinas da redação, associada à necessidade de produzir o texto no menor tempo possível e com credibilidade faz com que as fontes “autorizadas”, reconhecidas como “legítimas”, sejam as de maior presença nas reportagens jornalísticas. Esta seleção pode se constituir num “viés”, quando a cobertura apresenta em geral certos tipos de atores, partidos políticos ou assuntos que acabam tendo maior destaque e podem ser apresentados de forma mais favorável que outros (Cook, 2011, p. 207).

#### **4. A seleção das fontes na construção da notícia**

Com já foi dito, a notícia é o resultado de uma intensa negociação entre o jornalista e suas fontes, porque ambos os lados têm interesse



na cooperação e colaboração, embora esta cooperação nem sempre seja possível. Tal situação favorece certas aproximações e resultados. Timothy Cook ressalta que a predominância das fontes oficiais no jornalismo americano dificulta a presença de interlocutores fora da esfera governamental ou institucional como “fonte autorizada”, uma vez que são estas fontes que permitem ao jornalista construir um relato “defensável”, dotando a informação de “credibilidade” pela posição pública que ocupam. Neste processo, o lugar de fala das fontes não oficiais, como ativistas de movimentos sociais, por exemplo, acaba sendo secundário ou mesmo limitado a um pequeno espaço. “A mídia noticiosa não corta completamente os ativistas não oficiais, mas o acesso deles é escasso no tempo e limitado no alcance”. Os relatos noticiosos podem influenciar o tom político e o impacto de suas reportagens pode favorecer certas políticas, atores e valores sociais. Na busca por objetividade, os repórteres acabam por criar um viés particular à notícia, que favorece apenas certos atores, eventos, programas ou questões (Cook, 2011, p. 232-236).

Tal situação pode ser verificada na análise das vozes identificadas no material empírico deste artigo (Tab. 4). Do ponto de vista das perspectivas sociais que ocuparam espaço no noticiário político envolvendo a descriminalização do aborto nas eleições de 2010, há uma homogeneidade nas vozes dos candidatos a presidente (28%), dirigentes partidários e parlamentares (25%) e segmentos da igreja (21,57%). De um universo de 496 referências de falas presentes em textos jornalísticos (reportagens e notas de colunas fixas), 74,5% reproduzem posições contrárias à descriminalização do aborto. Em contraponto, as vozes não oficiais ou de movimentos em defesa da descriminalização do aborto representam somente 1,61% dos textos encontrados (oito textos). Os dados corroboram a ideia de que a mídia reforça posições e perspectivas socialmente dominantes.

Além disso, é possível confirmar a predominância das vozes oficiais na produção noticiosa como definidora dos “lugares de fala” dos atores sociais na narrativa jornalística: as fontes com maior prestígio, reconhecidas como “fontes autorizadas” ou “legítimas” para falar, tendem a se localizar em torno das instituições, sejam elas políticas, governamentais ou mesmo sociais (como igrejas e grupos de interesse com capacidade de pressão). Os atores sociais distantes dos mecanismos de produção da notícia, sem capacidade de atuar sobre a rotina jornalística, só figuram no noticiário sob certas circunstâncias.

##### **5. As fontes e os enquadramentos de fala como legitimadores do pensamento dominante**

Entende-se que o jornalismo constrói a realidade a partir dos discursos em confronto, dando sentido e organizando os acontecimentos de forma a produzir o “acomodamento provisório

das forças sociais divergentes” (Alcântara *et al.*, 2005, p. 27). O estudo clássico de Herbert Gans, “Deciding what’s news” (1979), sobre os processos que levam à construção da notícia, demonstra que no interior da relação entre os meios de comunicação, suas práticas organizacionais e as fontes, há uma tendência das notícias se concentrarem no que é conhecido, sendo que presidentes, candidatos à presidência e autoridades federais e estaduais recebem grande parcela da cobertura: “As notícias apoiam a ordem social dos homens brancos de meia idade da classe média alta pertencentes aos setores públicos, comercial e profissional da sociedade” (Gans *apud* Kunczik, 2001, p. 272).

É por esta razão que a produção jornalística tende a legitimar e justificar o pensamento dominante. É de se considerar, portanto, que o processo de produção noticiosa tende a favorecer fontes institucionais produzindo uma “exclusão discursiva” dos grupos sociais sem capacidade de produzir ou influenciar a construção do discurso, como moradores de rua e minorias sociais. Conforme demonstra o estudo sobre o relacionamento entre os jornalistas e suas fontes em “A imprensa na berlinda: a fonte pergunta” (Alcântara *et al.* 2005, p. 203), o jornalismo atual está repleto de relatos de acontecimentos programados ou controlados por agentes institucionais com competência para agendar suas informações e influenciar os enquadramentos da notícia. No noticiário político, as fontes muitas vezes buscam dirigir e orientar a construção do relato noticioso utilizando meios e recursos, como os boatos e rumores (muitas vezes em *off*), de forma a adequar o enquadramento do noticiário aos seus interesses políticos (Chaparro, 2007, p. 76-80). Nesta perspectiva, os temas políticos são caracterizados pela disputa, entre as fontes e o campo jornalístico, pela interpretação que prevalecerá no relato noticioso, embora seja o campo da mídia que detenha o poder final de decidir o conteúdo que será publicado e o enfoque adotado (Cook, 2011, p. 209).

Ao observarmos o conteúdo dos textos e seu “pacote interpretativo” (metáforas, *slogans*, falas e imagens presentes nos discursos dos agentes) compreendemos as interpretações e os significados que se tornam predominantes na arena pública. Isto explica porque os grupos que disputam poder e hegemonia no campo político consideram como parte de suas estratégias ter acesso e influência sobre os processos de elaboração da agenda da mídia, bem como reunir as condições para se constituir em fonte com possibilidade de “construir” a narrativa que explique os acontecimentos de acordo com seus interesses.

Neste processo de selecionar falas, destacar atributos e dar ênfase a determinados aspectos em detrimento de outros, o campo da mídia produz “silêncios” de fala, assim como chancela enquadramentos como a “fala correta”, reconhecida como uma forma “legítima” de expressão, ou desvaloriza o que é dito e quem o diz através de uma “fala enguiçada” (Bourdieu, 1979, *apud* Miguel e Biroli, 2011, p. 12).

Ao analisar os enquadramentos das declarações da candidata Dilma Rousseff sobre a descriminalização do aborto é possível identificar que a narrativa construída para a maior parte de suas declarações sugere uma “fala enguiçada”. Ao enquadrar suas posições como “oportunistas” (as declarações estão em textos que “lembram” que a candidata mudou de opinião sobre o tema) ou associar estas mensagens como parte da estratégia eleitoral, o noticiário produz uma abordagem centrada no cálculo e nos resultados destes movimentos para uma vitória eleitoral (ex: reuniões com religiosos, compromissos contra a flexibilização da lei do aborto).

Ou seja, no momento em que a mídia concentrou sua cobertura jornalística na temática sobre a descriminalização do aborto, ocorreu uma espécie de “armadilha” para a candidata Dilma Rousseff: ao mesmo tempo em que a petista foi “obrigada” a entrar no assunto para se defender das acusações e boatarias produzidas pelos opositores políticos, tornou-se “refém” do próprio discurso defensivo provocado pelos enquadramentos do noticiário eleitoral que questionava a mudança de posição, tendo como fonte para as cobranças o oponente José Serra (PSDB), além de lideranças e parlamentares da bancada religiosa.

Na pesquisa que originou este artigo, é possível identificar que os enquadramentos sobre o aborto vinculado a uma “fala correta” enfatizam o tema como “questão de saúde pública”, vinculados à preocupação com a busca de soluções para o problema<sup>8</sup>. Os números, no entanto, demonstram a baixa representatividade desta posição na cobertura jornalística: das 496 vozes presentes em reportagens e notas de colunas fixas<sup>9</sup> referindo-se à temática o aborto, somente 34 menções (6,85%) foram registradas no enquadramento como caso de saúde pública (Tab. 4)<sup>10</sup>.

É interessante refletir por que a “fala correta” está pouco presente no noticiário. Nosso argumento sustenta-se no papel da mídia como “filtro” para seleção e saliência de determinados aspectos de um assunto. Em geral, o campo da mídia adota uma cobertura jornalística sobre as eleições com “enquadramento estratégico” (Conde, 2008, p. 123), isto é, voltado para o destaque das motivações

<sup>8</sup> “Aborto ilegal mata uma mulher a cada dois dias”. Manchete de O Globo de 10/10/2010.

<sup>9</sup> Do total de 638 vozes identificadas nos 501 registros de textos, foram excluídas para esta análise as 142 vozes presentes em textos opinativos como artigos, entrevistas pingue-pongue e colunas. Portanto, o universo de 496 registros citados, consiste na identificação de vozes presentes em reportagens (456 registros) e notas de colunas fixas (40 registros) que citam opinião de terceiros.

<sup>10</sup> Do total de 501 textos selecionados neste estudo, os enquadramentos “aborto como parte das estratégias dos candidatos” (260 referências), “candidatos mudam de posição de forma oportunista” (49 ref.) e a “defesa do aborto vai contra os princípios da igreja” (47 ref.) formam os três principais enquadramentos da cobertura jornalística sobre o tema do aborto nas eleições, com mais de 70% das abordagens (Tab. 6).

“manipulatórias” dos políticos, nas acusações mútuas, nas atitudes e ações vinculadas ao “pragmatismo eleitoral”, ou mesmo numa cobertura no estilo “corrida de cavalos”, mais interessada nas contendas pontuais da disputa eleitoral. Por esta razão, tende a dar mais espaço à cobertura em torno das controvérsias e dos conflitos que o tema provoca entre os candidatos à presidência do que para encontrar a solução para o problema social que a criminalização do aborto provoca no Brasil.

## 6. Metodologia e análise dos dados

A hipótese que orienta esta pesquisa sustenta que a agenda da cobertura jornalística produzida nas eleições de 2010 não foi definida exclusivamente pela mídia. Atores sociais do campo político e religioso disputaram com o campo jornalístico a construção de uma narrativa eleitoral, demonstrando que as relações entre os campos da mídia e da política são permeáveis, complexas e repletas de tensões e ajustes. Neste trabalho pretendemos demonstrar que os partidos políticos que disputaram as eleições e grupos religiosos também concorreram para a definição da agenda do debate eleitoral.

O corpus da pesquisa consiste em 501 textos presentes nos três jornais de circulação nacional, *Folha de São Paulo*, *O Estado de São Paulo* e *O Globo*, publicados no período de 11 de julho a 31 de outubro de 2010. A escolha dos três impressos foi definida por se tratar dos principais veículos de três grandes empresas de comunicação do país e por sua influência na agenda de outras organizações jornalísticas e do debate público. A análise dos dados foi feita através do software *Sphinx*, que permite uma análise qualitativa e quantitativa dos dados. Foram selecionados todos os textos jornalísticos e de opinião com alguma referência ao tema “aborto” nas reportagens, entrevistas, artigos, colunas, colunas fixas ou editoriais durante o período citado. Para a análise do material foram estabelecidos os seguintes critérios:

- a) Identificação do material por jornal;
- b) Classificação por editoria/seção (capa; poder/política/nacional; caderno especial/eleições; opinião; cotidiano/cidades; ilustrada/2º caderno; ciências/saúde/caderno *Vida*);
- c) Classificação por tipo de texto (entrevista, reportagem, coluna, artigo, editorial, nota de coluna fixa);
- d) Identificação da presença do candidato (direto ou citado);
- e) Identificação das vozes no texto (candidatos à presidência, parlamentares, partidos, religiosos identificados com instituições eclesiais),

parlamentares religiosos, religiosos não vinculados a nenhuma instituição religiosa, movimentos pró-descriminalização do aborto, movimento contra descriminalização do aborto, especialistas/pesquisadores/universidades, governo e populares);

- f) Classificação dos enquadramentos predominantes (a defesa do aborto vai contra os princípios da igreja; contra o aborto, em defesa da vida; Ser contra o aborto é defender a família; O direito ao aborto é necessário para respeitar a autonomia plena; Descriminalizar o aborto é questão de saúde pública; Candidatos mudam de posição de forma oportunista; Aborto faz parte das estratégias dos candidatos na campanha eleitoral; A temática do aborto, quando tratada no debate eleitoral, tem efeito conservador e moralista)<sup>11</sup>.

## 6.1 Análise dos dados

### 6.1.1 A presença do aborto no último mês de campanha: a confirmação do agendamento

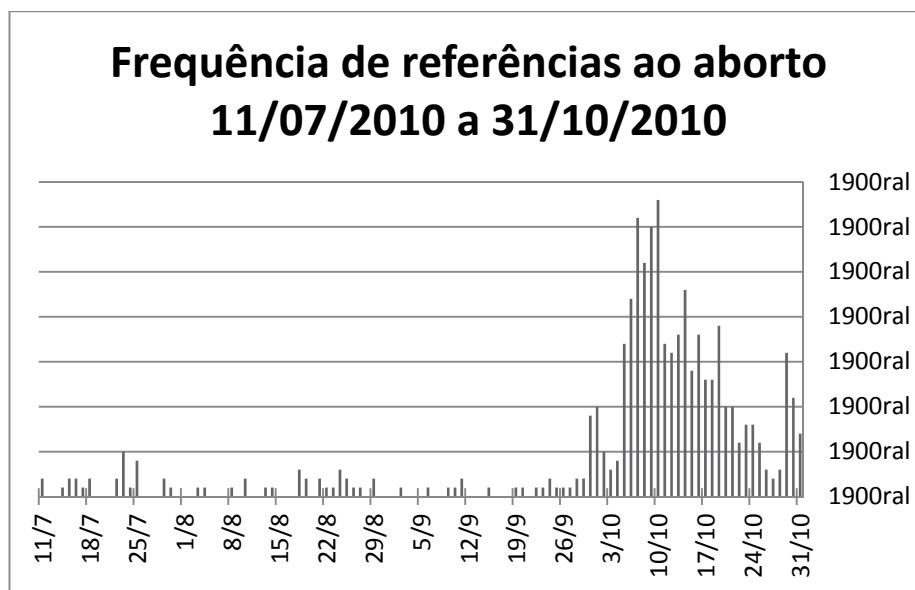
# 83

A análise temporal do material demonstra que a polêmica envolvendo a descriminalização do aborto tornou-se importante para os jornais observados a partir da última semana do 1º turno das eleições. Até então, a seleção deste assunto nas falas das fontes políticas e religiosas era esparsa e sem destaque. Na figura abaixo (Fig. 1) é possível identificar este fenômeno. Dos 112 dias analisados, o aborto teve algum tipo de registro em 76 dias ou 67,85% do período. Porém, a partir do dia 26/09, há uma mudança no tratamento editorial e o tema começa a ter uma frequência diária e cada vez mais intensa.

---

<sup>11</sup> Com o objetivo de separar adequadamente as “vozes presentes no texto” das “vozes autorais” vinculadas a textos de opinião, estas últimas foram separadas dos textos jornalísticos (reportagens e notas de colunas fixas). Assim, foi possível distinguir as vozes e os enquadramentos presentes nos textos jornalísticos de opinião.

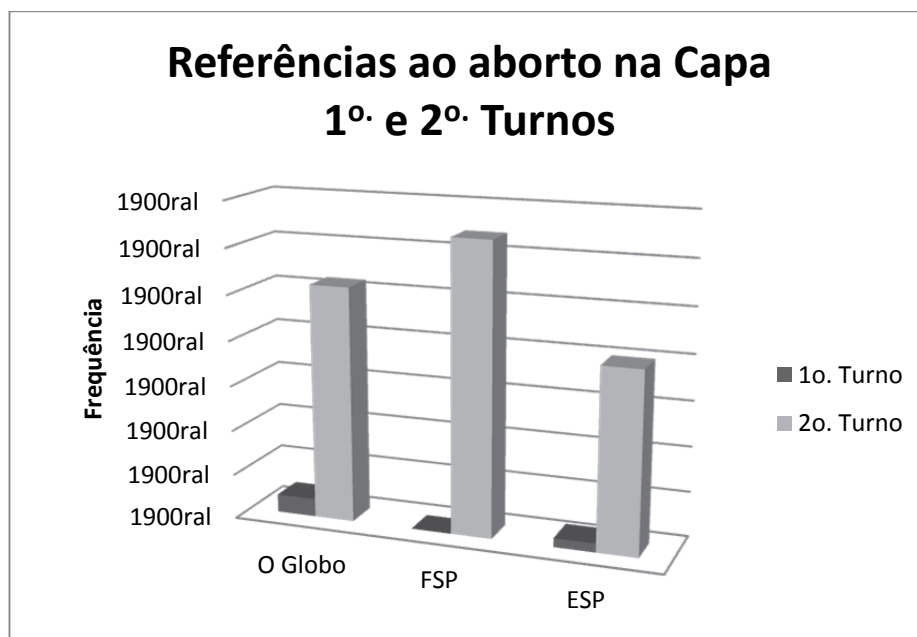
Figura 1 – Frequência de referências ao aborto nos jornais



A mudança editorial ocorre tanto na cobertura jornalística quanto na capa dos jornais. Ao observar a presença da temática do aborto na capa dos jornais, é possível identificar o agendamento pela intensa presença do assunto a partir do 2º turno. Das 78 referências em capa (Fig. 2), 73 foram registradas em outubro (93,5%) e somente cinco entre agosto e setembro: a temática sobre o aborto esteve presente na capa do *Estado de São Paulo* em três momentos nos dias 18/08, 29/09 e 30/09, e uma vez na *Folha de São Paulo* (29/09) assim como em *O Globo* (27/09).

A presença da temática do aborto na capa dos jornais evidencia a relevância política que o assunto tomou no processo eleitoral a partir da virada do 1º para o 2º turno e confirma o agendamento do tema no noticiário eleitoral.

Figura 2 – Referências ao aborto na capa dos jornais.



85

### 6.1.2 Cobertura concentrada na reportagem política

Na Tabela 2 é possível identificar a predominância do tema no primeiro caderno e no caderno especial/eleições, com mais de 70% da cobertura. Esta escolha editorial reforça a afirmação deste estudo de que o tema do aborto teve pouca relação com a discussão mais voltada para o tema da saúde pública. O centro da cobertura estava voltado para as posições e disputas entre os candidatos, o embate entre partidos e dirigentes políticos, grupos religiosos e a exploração eleitoral do assunto entre eles.

Tabela 2 – Referências por editoria

Editoria/Seção	Nº de referências ao aborto	Percentual
Capa/primeira página	78	13,5%
Poder/Política/Nacional/País	358	61,8%
Caderno Especial/Eleições	62	10,7%
Opinião (coluna, artigo, editorial, entrevista)	56	9,7%
Cotidiano/Cidades	7	1,2%
Ilustrada/Cultura/2º Caderno	14 <sup>(*)</sup>	2,4%
Ciência/Saúde/Caderno Vida	4	0,4%
<b>TOTAL</b>	<b>579<sup>(**)</sup></b>	<b>100%</b>

(\*) O total de registros na Ilustrada/Cultura/2º caderno se refere a colunas de opinião presentes nesta editoria tanto de colunistas permanentes (José Simão, Mônica Bérghamo, Sonia Racy) como colaboradores eventuais.

(\*\*) O total de 579 refere-se à soma dos 501 textos com referências ao aborto, mais as referências na capa do jornal.

FONTE: A autora.

### 6.1.3 O predomínio das vozes políticas e religiosas nas declarações sobre o aborto

O cotidiano da produção noticiosa é marcado pela repetição de padrões discursivos, que produz um noticiário homogêneo (Miguel e Biroli, 2011, p. 24). Esta homogeneidade pode constituir-se através do uso das mesmas fontes e do mesmo tipo de enquadramento, o que favorece a construção de um sentido para o relato noticioso ao mesmo tempo em que “naturaliza” a ordem política vigente. O material desta pesquisa demonstra esta homogeneidade no predomínio de manifestações políticas e religiosas sobre a descriminalização do aborto.

No estudo empírico deste trabalho foram encontradas 496 referências de falas presentes nos textos jornalísticos e em notas de colunas fixas<sup>12</sup>. A análise das vozes presentes nos textos tem o objetivo de mapear os diferentes atores e perspectivas sociais que estão representadas nesta cobertura<sup>13</sup>, além da posição que lhes é conferida no debate público. Os resultados confirmam que a mídia tende a reforçar valores correspondentes à visão de mundo de grupos dominantes e os discursos hegemônicos.

No universo de 496 referências, nota-se o predomínio das vozes institucionais e oficiais. Por se tratar de uma cobertura eleitoral, os candidatos à presidência estão em maior evidência com 139 registros (28,02%), seguidos de 101 registros para os partidos, coordenadores de campanha e dirigentes partidários (20,36%) e, finalmente, religiosos com 82 referências (16,53%). As vozes de “especialistas”, com 38 referências (7,66%), concentram-se em fontes vinculadas a

# 86

<sup>12</sup> Colunas fixas: Painel/FSP, Ancelmo Gois/O Globo, João Bosco Rabelo/OESP.

<sup>13</sup> Adotamos o conceito de perspectiva social de Iris Marion Young para definir a posição dos indivíduos na estrutura social. Para a pesquisadora, pessoas diferentemente posicionadas têm diferentes experiências, histórias e compreensões sociais derivadas deste posicionamento. Desta forma, agentes que estão próximos no campo social têm pontos de vista semelhantes sobre o que ocorre em seu âmbito, enquanto os que estão socialmente distantes tendem a ver de modo diverso. A noção elaborada por Young de *perspectiva social*, evita o “congelamento” das relações numa identidade unificada, o que poderia reforçar situações de exclusão e opressão: “diferenças de raça e de classe perpassam gênero, diferenças de gênero e etnia perpassam a religião e assim por diante” (Young, 2006, p. 177).



instituições formais como universidades ou a grupos de profissionais como médicos ou institutos de pesquisa de opinião.

Em praticamente toda a cobertura há um silêncio das vozes em defesa da descriminalização do aborto, ou em defesa da autonomia das mulheres sobre seu corpo. Os depoimentos de vítimas de sequelas da prática clandestina do aborto foram identificados em reportagens, porém sem o mesmo espaço ou presença das fontes institucionais. Foram encontradas somente nove referências (1,81%) no universo das 496 citações em que fontes se manifestaram sobre o tema nos textos analisados (Tab. 4). Desta forma, suas falas não tiveram impacto no processo político, mas serviram somente para ilustrar o drama social.

Ainda de acordo com os resultados identificados na Tabela 4, quando se agregam as vozes do campo político (candidatos à presidência, parlamentares, partidos políticos) com as de grupos religiosos (religiosos identificados institucionalmente com paróquias ou igrejas, bem como parlamentares religiosos), temos uma demonstração do papel do campo jornalístico em reafirmar opiniões e perspectivas socialmente dominantes a partir do processo de produção da notícia. As vozes selecionadas pelo campo jornalístico para tratar do tema da descriminalização do aborto estão concentradas na esfera política e religiosa, somando 372 falas, ou seja, cerca de 75% do total identificado no corpus da pesquisa.

Associada a esta reflexão podemos acrescentar que o debate sobre a descriminalização do aborto concentrado na cobertura político-eleitoral determinou uma abordagem superficial e ideologizada sobre a questão, sem efetivamente aprofundar o assunto sobre políticas públicas que poderiam ser efetivadas. Tal constatação demonstra que a exploração do assunto em processos eleitorais serve mais como retórica para fins da disputa política e menos para encontrar soluções para um problema social desta magnitude.

**Tabela 4 – Vozes presentes em textos noticiosos**

<b>Vozes presentes em reportagens e notas de colunas fixas</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Percentual</b>
Candidatos à presidência	139	<b>28,02%</b>
Parlamentares	25	<b>5,04%</b>
Partidos políticos (dirigentes, coordenadores de campanha)	101	<b>20,36%</b>
Igreja (religiosos identificados com paróquias, congregação e outras igrejas)	82	<b>16,53%</b>
Igreja (parlamentares religiosos)	25	<b>5,04%</b>
Religiosos não vinculados a nenhuma instituição	06	<b>1,20%</b>
Movimentos sociais pró-descriminalização do aborto	08	<b>1,61%</b>

Movimentos sociais contra a descriminalização do aborto	06	1,20%
Especialistas/universidades/pesquisadores	38	7,66%
Governo (federal, estadual, municipal)	41	8,26%
Populares	09	1,81%
Não há vozes no texto (texto sem fonte)	16	3,22%
<b>TOTAL</b>	<b>496</b>	<b>100%</b>

(\*) Esta tabela refere-se às vozes encontradas em textos jornalísticos (reportagens e notas de colunas fixas).

#### 6.1.4 Os enquadramentos do aborto nas eleições como instrumento da disputa eleitoral

Os enquadramentos noticiosos envolvendo a descriminalização do aborto nas eleições de 2010 estão concentrados nas estratégias eleitorais dos candidatos, para o oportunismo de suas posturas e como prática contrária aos princípios da igreja. Tais enquadramentos moldaram o cenário de abordagem do tema na disputa eleitoral, organizando um relato noticioso propício para ativar a desconfiança do eleitor sobre os candidatos, sobretudo a candidata Dilma Rousseff, principal foco dos questionamentos e das críticas pela suposta mudança de posicionamento em favor da descriminalização do aborto.

Conforme já afirmamos no embasamento teórico, os enquadramentos no texto jornalístico correspondem a interpretações da realidade que foram privilegiadas para o relato noticioso em detrimento de outras informações secundarizadas ou mesmo descartadas. São estes atributos que constroem sentido e dão significado aos acontecimentos narrados, definindo o ambiente e o contexto que orienta a interpretação dos fatos. Dos 501 textos identificados na pesquisa, 260 deles, ou seja, 51,89%, sugerem ao leitor que o tema do aborto deve ser “interpretado” como parte das estratégias e artimanhas dos candidatos para a disputa eleitoral. Na maioria são reportagens (183), o que confere maior credibilidade ao que é divulgado pela ideia de “neutralidade” que o campo jornalístico assume a partir de uma posição “não situada” (Miguel e Biroli, 2011, p. 68), ou seja, de uma posição equidistante dos “dois lados” do conflito.

**Tabela 6 – Enquadramento predominante por jornal**

Enquadramento predominante	O Globo	Folha de SP	O Estado de SP	TOTAL
Aborto faz parte das estratégias dos candidatos na campanha	73	102	85	260 (51,89%)

eleitoral

A temática do aborto, quando tratada no debate eleitoral, tem efeito conservador e moralista	19	33	13	<b>65 (12,97%)</b>
Candidatos mudam de opinião de forma oportunista	12	21	16	<b>49 (9,78%)</b>
A defesa do aborto vai contra os princípios da igreja	13	17	17	<b>47 (9,38%)</b>
Descriminalizar o aborto é questão de saúde pública	20	11	12	<b>43 (8,58%)</b>
Contra o aborto, em defesa da vida	09	13	09	<b>31 (6,18%)</b>
Direito ao aborto é necessário para respeitar a autonomia plena	01	03	Zero	<b>04 (0,79%)</b>
Ser contra o aborto é defender a família	01	01	Zero	<b>02 (0,39%)</b>
<b>TOTAL</b>	<b>148</b>	<b>201</b>	<b>152</b>	<b>501 (100%)</b>

FONTE: A autora

89

Os enquadramentos predominantes nesta pesquisa que reforçam a narrativa conservadora e socialmente hegemônica contrária à posição em favor da descriminalização do aborto. Os resultados demonstram que mais de 90% dos 501 textos analisados possuem enquadramentos que reforçam a retórica conservadora sobre o aborto. Além disso, a narrativa reforçou a visão de que o tema da descriminalização do aborto nas eleições foi “parte das estratégias na campanha eleitoral”, com uma postura “oportunista” dos candidatos. Além disso, os jornais deram amplo destaque para as posições de líderes religiosos, para quem “a descriminalização do aborto vai contra os princípios da igreja, contra a vida e a família”. Os dados demonstraram que o período eleitoral se revela como um espaço de pouco avanço para temas socialmente polêmicos.

## 7. Conclusão

Pretendemos demonstrar neste estudo que a agenda jornalística produzida nas eleições de 2010 não foi definida exclusivamente pela mídia. O segundo turno foi o ponto de cruzamento entre as agendas do campo político e midiático. A partir deste fato, o tema que já estava presente nas páginas dos jornais, mas não de forma dominante, toma corpo no noticiário e também nas estratégias de marketing dos candidatos<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Este artigo concentra-se na análise dos jornais impressos. Pela observação do conteúdo deste material é possível perceber que o tema foi central nas estratégias dos candidatos no segundo turno, tanto pela abordagem nos programas eleitorais (que não são objeto deste estudo), como pelas atividades e agendas dos candidatos voltadas para reuniões com religiosos e parlamentares religiosos, declarações

A cobertura jornalística ajustou-se e reforçou o que Pierre Bourdieu (2001) identifica como “afirmações universalizantes”, ou seja, particularidades produtoras de discriminações históricas como as relações fundamentadas no masculino, de cunho conservador e religioso, marcadas como atributos “neutros” e “universais”. O estudo também demonstrou que a mídia tende a reforçar diferenças estruturais presente na sociedade ao difundir visões da realidade social que representam posições dominantes.

O processo de formação da agenda na mídia é fruto de uma luta entre diversos agentes e atores de campos simbólicos distintos, nos quais a própria mídia intervém, atua e se ajusta como procuramos demonstrar no estudo de caso presente neste artigo. De uma presença secundária no noticiário do 1º turno, a discussão sobre a descriminalização do aborto tornou-se um dos eixos centrais da cobertura eleitoral no 2º turno. A capacidade do campo jornalístico de atribuir relevância a determinados aspectos do mundo social forneceu o ambiente propício para reverberar e dar intensidade ao viés religioso para o assunto.

A resposta para a pergunta sobre “quem determina a agenda dos *media*” motivou este artigo, mas não pretendemos oferecer respostas definitivas. Da mesma forma, este artigo pretende oferecer elementos para uma discussão sobre o papel das fontes na narrativa jornalística. São aspectos do processo de agendamento que pretendemos apresentar para contribuir na reflexão sobre as influências, os atores e os grupos que têm acesso, moldam e constroem a agenda jornalística e o relato noticioso. Discutir os atores que têm acesso e interagem com o campo jornalístico na formação desta agenda é parte relevante do debate em defesa de um ambiente democrático que efetivamente garanta a representação política e a visibilidade dos mais variados grupos e de suas perspectivas sociais.

## Referências

ALCÂNTARA, Norma S.; CHAPARRO, Manuel Carlos; GARCIA, Wilson. Imprensa na Berlinda: a fonte pergunta; 1ª edição, São Paulo: Ed. Celebris, 2005.

AZEVEDO, Fernando A. **Agendamento da Política**. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org). Comunicação e política: conceitos e abordagens. Salvador/BA: editora EDUFBA, 2004, p. 41-72.

BIROLI, Flávia. **Perspectivas sociais, corpo e diferença: apontamentos para a análise das relações entre mídia, gênero e pluralidade social**. Trabalho apresentado no GT Comunicação e Democracia no III Compolítica, PUC-SP, dezembro de 2009.

BIROLI, Flávia; MANTOVANI, Denise M. **Disputas, ajustes e acomodações na produção da agenda eleitoral: a cobertura jornalística ao programa Bolsa Família e as eleições de 2006**. Revista Opinião Pública, Campinas. Vol. 16, n. 1, junho de 2010.

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Razão e sentimento: a comunicação política e a decisão do voto**. Trabalho apresentado no GT Comunicação e política do XX Encontro da Compós. Porto Alegre/RS, junho de 2011.

BOURDIEU, Pierre. **La eficacia simbólica: Religion y política**. Traducción: Alicia B. Gutiérrez y Ana Teresa Martínez. 1ª Edición. Buenos Aires: Ed. Biblos, abril de 2009.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**, 11ª edição, Rio de Janeiro: Bertrand do Brasil, 2007.

\_\_\_\_\_. **Sobre a Televisão: a influência do jornalismo e os jogos olímpicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

\_\_\_\_\_. **Meditações Pascalinas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística; 3ª edição revisada, São Paulo; Ed. Summus, 2007.

CONDE, Maria Rosa Berganza. **Medios de comunicacion, “espiral do cinismo” y desconfianza política. Estudio de caso de La cobertura mediática de los comícios electorales europeos**. Revista ZER, Revista de Estudios de Comunicacion, editada em el Pais Basco. Vol. 13 – n. 25, 2008, p. 121-139.

COOK, Timothy E. **O jornalismo político**. Do original *The political news media*, publicado como capítulo 5 do livro *Governing with the news: the news media as a political institution*. Tradução de Plinio Dentzien, revisão da tradução por Luis Felipe Miguel. In: Revista Brasileira de Ciência Política, n. 6, Brasília, julho a dezembro de 2011, p. 203-247.

GAMSON, William, MODIGLIANI, Andre. “The changing culture of affirmative action.” In: **Frontiers in Social Movement Theory**, vol. 3, 1992, p. 137-177.

GITLIN, Todd. **The whole world is watching: mass media and the making and unmaking of the new left**. Berkeley: University of California, 1980.

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

YOUNG, Iris Marion. "Representação Política, Identidade e Minorias." In: **Inclusion and Democracy**. EUA: Oxford University Press. Texto traduzido e publicado por Lua Nova Revista de Cultura e Política, n. 67, pp. 139-190, 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>.

----- **Inclusion and democracy**. Oxford: Oxford University Press, 2001.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul: Manual de Comunicação**. 2ª edição; São Paulo: Ed. USP, 2001.

LIMA, Venício A. **Mídia, crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Editora Perseu Abramo, 2006.

----- **A mídia nas eleições de 2006**. In: LIMA, Venício A. (org). São Paulo: Ed. Perseu Abramo, 2007, p. 15-28.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis/RJ: Editora Vozes, 2009.

McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. "A função de agendamento dos media". In: TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Lisboa. Ed. Minerva. 2000.

MANTOVANI, Denise M. **A cobertura jornalística do Bolsa Família, um estudo de caso da interação entre os campos político e jornalístico**. Dissertação de mestrado em Ciência Política. Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília, 2009.

----- **Gênero e Eleições presidenciais: um estudo sobre a hegemonia da temática religiosa no debate eleitoral de 2010**. Trabalho apresentado no GT Mídia e Eleições do IV Encontro da Compolítica, na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 13 a 15 de abril de 2011.

MENDONÇA, Ricardo F; OGANANDO, Ana Carolina. **Discursos sobre o "feminino": Ética do cuidado e essencialismo estratégico nos programas do HGPE de Dilma**. Trabalho apresentado no GT Mídia, Política e Eleições no Encontro da ANPOCS, Caxambu/MG, de 24 a 28 de outubro de 2011.

MIGUEL, L. Felipe; BIROLI, Flávia. **O caleidoscópio convexo: mulheres, política e mídia**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

----- **Mídia e Representação política feminina: hipóteses de pesquisa**. Opinião Pública, Campinas, v.15, n.1, Junho/2009. Disponível em <[www.scielo.br](http://www.scielo.br)>.

PORTO, Mauro. **Enquadramentos da Mídia e Política**. In: RUBIM, Antonio Albino Canelas (org). Comunicação e política, conceitos e abordagens, Salvador/BA: Editora EDUFBA, 2004, p. 74-104.

SOUZA, Jorge Pedro. **As notícias e seus efeitos. As "teorias" do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos**. Coimbra: Ed. Minerva, 2000.

TUCHMAN, Gaye. "Contando Estórias". In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa, editora Vega, 1993.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação de massa**. 2ª edição. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2005.

93



**COMPOLÍTICA**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE PESQUISADORES EM  
COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

Presidente: Luciana Veiga (UFPR)  
Vice-Presidente: Alessandra Aldé (UERJ)  
Secretário Executivo: Ricardo Fabrino (UFMG)  
Editora-Chefe: Alessandra Aldé (UERJ)  
Subeditores: Marco Roxo (UFF) e Viktor Chagas (UFF)

<<http://compolitica.org/revista>>

A Revista Compolítica é uma revista eletrônica da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. Com periodicidade semestral, sua proposta é difundir a produção acadêmica relacionada às interfaces desses campos de estudo.

Ao citar este artigo, utilize a seguinte referência bibliográfica

MANTOVANI, Denise Maria. *Eleições 2010: como os enquadramentos e as vozes organizaram os limites da controvérsia do aborto*. In: **Revista Compolítica**, n. 3, vol. 1, ed. janeiro-junho, ano 2013. Rio de Janeiro: Compolítica, 2013.

