



EL AGENDAMIENTO DEL ABORTO EN LA MEDIA IMPRESA BRASILEÑA EN LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL DE 2010 ¹

Kelly Cristine de Andrade Souza Gontijo²
Manoel Roberto Seabra Pereira³

Resumen: Este trabajo analiza la cobertura de los periódicos Folha de S. Paulo y O Globo sobre el tema del aborto en la campaña presidencial de 2010, específicamente en el período referente a la primera mitad de la segunda vuelta de las elecciones. A partir de la teoría agenda setting, el estudio busca demostrar que la prensa pautó el debate sobre el aborto durante la campaña presidencial, aunque no estaba en el programa de los candidatos. El objetivo de la investigación es verificar, desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo, de qué forma el debate que fue programado por los medios, entender si esa agenda contribuyó a algún avance en relación al debate sobre el aborto en Brasil y si hubo interferencia de esa discusión en el debate resultado de las elecciones. La investigación fue hecha por medio del análisis de los textos publicados que directa o indirectamente relacionaban el aborto a la campaña presidencial. Como resultado se identificó que el tema fue conducido sólo por la perspectiva electoral, con destaque para los aspectos religiosos y morales, y utilizado como estrategia política para recoger el voto del electorado conservador.

Palabras clave: Periodismo; Elección presidencial; Brasil; aborto; medios de comunicación; La religión.

Introducción

Este trabajo analiza la cobertura de los periódicos Folha de S. Paulo y O Globo sobre el tema del aborto en la campaña presidencial de 2010, específicamente en el período referente a la primera mitad de la segunda vuelta de las elecciones. A partir de la teoría *agenda setting*, el estudio busca demostrar que la prensa pautó el debate sobre el aborto durante la campaña presidencial, aunque no estaba en el programa de los candidatos. El objetivo de la investigación es verificar, desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo, de qué forma el debate que fue programado por los medios, entender si esa agenda contribuyó a algún avance en relación al debate sobre el aborto en Brasil y si hubo interferencia de esa discusión en el resultado de las elecciones. La investigación fue hecha por medio del análisis de los textos publicados que directa o indirectamente relacionaban el aborto a la campaña presidencial. Como resultado se identificó que el tema fue conducido sólo por la perspectiva electoral, con destaque para los aspectos religiosos y morales, y utilizado como estrategia política para recoger el voto del electorado conservador.

¹ El texto traducido aquí es un extracto abreviado a partir del manuscrito original publicado en portugués.

² Especialista en Comunicación y Política en el Legislativo. Servidora de la Cámara de los Diputados (kellycrish@yahoo.com.br).

³ Maestría en Comunicación. Servidor de la Cámara de los Diputados (roberto.seabra@camara.leg.br).

2 El agendamiento del aborto en la campaña presidencial de 2010

La cuestión de la legalización del aborto fue bastante divulgada por los medios impresos en la campaña presidencial de 2010, en especial en el período previo a la segunda vuelta. El tema fue insertado en la campaña por el candidato José Serra, y tuvo mayor énfasis a partir del momento en que los medios pasaron a pautar el asunto de forma recurrente. Eso es reconocido por la Folha de S. Paulo, cuando afirma que el aborto fue “alzado a tópico de la disputa electoral (y por obra de Serra)” (SILVA, 2010, p. A2).

La discusión del tema era actual en Brasil, pues a principios del año 2010 se discutió el 3º Plan Nacional de Derechos Humanos (PNDH 3), que en una de las acciones estratégicas decía: "apoyar la aprobación de proyecto de ley que despenaliza el aborto, considerando la autonomía de las mujeres para decidir sobre sus cuerpos" (MARTINS FILHO, 2010). En la época el hecho generó gran repercusión en la comunidad religiosa e hizo que el presidente Lula modificara el texto del proyecto y retira el tema del PNDH 3.

En el año 2010 la discusión sobre el aborto estaba entronizada en buena parte de la población, y en ese caso "consideramos que hubo una estrategia por parte del candidato José Serra (PSDB) de identificar la latencia de la discusión del aborto aún presente en la sociedad" (VIZEU; LEMOS, 2014, p.04). Como la discusión era muy reciente, el candidato José Serra percibió la oportunidad de usar el tema a fin de sacar votos de su principal adversaria (MANTOVANI, 2014).

Al percibir la repercusión dada al tema, José Serra, en una tentativa de desestimular el voto en la candidata Dilma Rousseff (PT), que en otra ocasión ya se había posicionado favorable a la legalización del aborto, decidió colocar el tema en la pauta de su campaña (MANTOVANI, 2014). Pero el problema de la discusión en el campo político está en el hecho de que ésta no involucró todos los aspectos que necesitaban ser discutidos. El debate se limitaba al hecho de ser favorable o contrario al aborto, o sea, no trataba la cuestión como problema social o de salud pública.

El tema también fue utilizado como forma de deconstruir la imagen del adversario, con el objetivo de interferir en la decisión del voto. Por eso, en 2010 una de las formas encontradas “para difamar al adversario o la adversaria fue intentar imputar a él o ella la pecha de ser favorable a la legalización del aborto, o mejor, de ser 'a favor del aborto’” (VIZEU; LEMOS, 2014, p.06).

Es necesario destacar que aunque la discusión haya sido intensa, en especial entre Dilma y Serra, y haya nacido de una demanda de una gran parte de los electores “[...]el debate sólo tomó la proporción de interferir en el resultado de la elección cuando fue programado, encuadrado, editado por el periodismo” (VIZEU; LEMOS, 2014, p.03).

En las elecciones presidenciales de 2010 queda clara la relación que se da entre medios, política y sociedad, en la que a pesar de que los medios de comunicación son el principal agente responsable de dar visibilidad a los temas a través de la programación de éstos, ella también es pautada por la esfera política y ciudadana. Pero el papel desempeñado por los medios de

comunicación merece destacarse, pues "los medios de comunicación tienen participación en la delimitación del debate público. En épocas de elección ese papel orienta y demarca diferencias, define relevancias y narrativas de las cuestiones en disputa " (MANTOVANI, 2011, p. 11).

Es lo que ocurre con el tema del aborto, pues los medios ponen en evidencia el asunto, al dar destaque al tema en su cobertura periodística, y lo hace ocupar un importante espacio en el debate electoral. Después de la realización de la primera vuelta, al percibir que la discusión acerca del aborto pudo haber dado causa a la segunda vuelta, los periódicos pasaron a pautar ese tema cada vez más en su agenda de cobertura electoral. "Esto evidencia la constante y permanente relación de interacción, disputa y ajuste que se constituye en la producción de la agenda electoral" (MANTOVANI, 2011, p. 12).

El proceso ocurrido en esa campaña electoral confirma la idea de que los medios también se basan en los acontecimientos del campo político y social, "es decir, el hecho de que el debate sobre el aborto ha sido uno de los probables motivos para explicar la realización de la segunda vuelta, transformó el tema en hecho relevante para los medios "(MANTOVANI, 2011, página 15). Por otro lado, la transformación de la polémica sobre el aborto en la agenda mediática demuestra la capacidad relativa que los medios tienen de influir en las decisiones de las personas y llamar la atención del público a determinados temas.

En relación a la cobertura periodística, es posible observar que el abordaje realizado en relación al tema en los periódicos impresos fue superficial y con poca mención a políticas públicas que beneficiaran a las mujeres. Además, había "una permanente disputa y tensión entre los variados grupos y fuerzas sociales por el predominio de la agenda electoral" (MANTOVANI, 2011, p. 3).

Además, al verificar la cobertura hecha por los medios de comunicación se percibe que "el calendario y el encuadramiento del aborto en la elección de 2010 sigue la lógica de homogeneidad discursiva de los medios de comunicación" (VIZEU, LEMOS, 2014, p.03). Esto se puede observar principalmente en la segunda vuelta, momento en que la discusión sobre el tema estuvo presente diariamente en los dos impresos y con enfoques similares.

Uno de los aspectos planteados durante la cobertura de la prensa fue la interferencia de la religión en la política. Y, en Brasil, cuando se habla de aborto, inevitablemente entra en escena la cuestión de la religión. Eso porque las pautas religiosas a menudo se insertan en la política, especialmente en las campañas electorales, pues "a cada par de elecciones, el asunto emerge de la vida privada y llega a los debates electorales en favor de uno u otro candidato, contra o a favor de determinado partido" (MARTINS; ROCHA, 2010, p.40).

En la cobertura hecha por los periódicos en la elección presidencial de 2010 es posible percibir esa mezcla de religión y política, pues buena parte de los discursos y debates políticos tomaban en cuenta cuestiones de carácter moral y religioso. La asociación de la política a la religión ya era observada luego en la primera vuelta, en Internet y en los propios canales utilizados

por los políticos. A partir de esos canales el asunto se fue extendiendo por el país y pasó a ser pauta por los medios de comunicación tradicionales como la televisión y el periódico impreso (MANTOVANI, 2014).

Al analizar la elección de 2010, Vizeu y Lemos (2014, p.03) observan que " el enfoque no primó por la discusión desde el punto de vista de los derechos sexuales y reproductivos, sino por una connotación más religiosa sobre el aborto". El predominio de cuestiones morales en la cobertura electoral de 2010 revela la presencia organizada de sectores religiosos actuando en la competición por la definición de la agenda política y mediática (MANTOVANI, 2011). Por eso, la discusión sobre el aborto en la prensa en el período electoral se redujo al campo moral y a los intereses político- partidarios y religioso. El aspecto de salud pública y la cuestión social que el tema involucra no han sido tratados.

Cuando se observa el discurso de los candidatos y de los representantes de las entidades religiosas, en ningún momento hay una preocupación en crear políticas públicas orientadas a la salud de la mujer, en el sentido de orientar, cuidar y suministrar métodos anticonceptivos adecuados. Lo que hay es una preocupación meramente electoral y religiosa. Además, la cobertura de la prensa mayoritariamente era sólo para cubrir los ataques entre los candidatos y no contribuir a la discusión del tema.

El cambio en la cobertura electoral que hasta entonces era hecha por los medios comenzó a partir del registro de la caída en las intenciones de voto de la candidata petista Dilma Rousseff entre el electorado religioso, divulgado en una encuesta de Folha de S. Paulo el día 28/09/10. El tema no era destaque en los medios, pero llamó la atención y se hizo "visible" para el público por la repercusión provocada en los principales medios de comunicación.

En el marco de este nuevo contexto de caída en las encuestas, los diarios pasaron a destacar los cambios en las estrategias de las campañas de los candidatos a la presidencia, como en ese destaque: "Lula determina en la campaña de Dilma, que va a explotar privatizaciones" (CRUZ et al., 2010, p. Especial 1).

Al percibir el cambio en la cobertura mediática, el candidato José Serra profundizó aún más el debate sobre cuestiones morales y religiosas involucrando el aborto. Por lo tanto, además del cambio en las estrategias de los candidatos, hubo también un cambio significativo en la forma en que los periódicos pasaron a cubrir las elecciones en la segunda vuelta.

En resumen, después de observar el número de menciones al término aborto y la falta de elementos periodísticos que justificasen tantas materias sobre el tema, es posible concluir que los medios impresos ejercieron un papel fundamental en la programación del aborto, al mismo tiempo que no hubo un objetivo expreso de hacer un debate profundo sobre el tema. Lo que restó, de acuerdo con el análisis aquí demostrado, fue sólo una cobertura meramente electoral y una intensa disputa por la agenda política.

Esta conclusión se basa en el hecho de que sólo en la segunda vuelta, después de percibir

que la discusión del aborto pudo haber sido la causa de que las elecciones no se decidieran en la primera vuelta, es que los grandes medios de comunicación pasaron a abordar el tema de forma más recurrente, y, sobre todo, bajo el aspecto político.

Para una visión general de la investigación se construyeron tablas que indican numéricamente algunas características encontradas en la cobertura hecha por los periódicos en el período analizado.

Tabla 1- Contenido informativo y opinativo

Periódicos	Textos con mención al tema	Títulos con la palabra aborto	Relación del tema a Dilma	Relación del tema a Serra
O Globo	175	29	104	31
Folha de S. Paulo	132	17	55	25
Total	307	46	159	56

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2- Contenido opinativo

Tipo de texto/ periódico	Entrevista	Columna	Artículo	Editorial	Total de textos/ periódicos
O Globo	5	11	8	4	28
Folha de S. Paulo	7	22	11	13	53
Total de textos	12	33	19	17	81

Fuente: Elaboración propia.

El uso de la temática del aborto en las elecciones fue criticado por la mayoría de las opiniones expresadas en los periódicos, pues buena parte de los textos condenó la explotación del asunto en el debate electoral. A pesar de ello, el tema fue ampliamente explotado por los medios de comunicación a partir de octubre, cuando se percibió que tendría influencia en el resultado de las elecciones.

La mayor parte de las entrevistas fueron críticas al uso del aborto como estrategia de campaña, pero en estas la mayoría de las voces estaba vinculada al campo político y religioso. Las columnas también criticaban el uso del aborto como parte de las estrategias de la campaña electoral y condenaba su efecto moralista y conservador.

El análisis de los editoriales permite percibir la "relación dialéctica" entre la posición de los periódicos contraria al uso del asunto como instrumento de la disputa electoral y, posteriormente, la transformación del tema en el centro de la agenda de cobertura electoral (MANTOVANI, 2014). La forma en que se publicaron los editoriales, de forma intensa al inicio de la segunda vuelta, muestra que en ese momento hubo intención de influir en la agenda electoral al exponer claramente la posición de los periódicos sobre el tema.

El aborto estuvo presente en las portadas de los periódicos en dos ocasiones en la primera vuelta: en el diario O Globo, el 27 de septiembre, y en la Folha de S. Paulo, el 29/09. En la segunda vuelta apareció diez veces en la portada de los impresos. Esto evidencia la relevancia política que el asunto tomó en el proceso electoral a partir de de la primera a la segunda vuelta y confirma el calendario del tema en el noticiario electoral.

Al final de la primera vuelta, los periódicos observados anuncian de que el aborto podría ser uno de los motivos para la caída en la intención de votos de la candidata Dilma Rousseff reflejada en encuestas electorales, y a partir de la segunda vuelta pasan a pautar el tema de forma más intensa, reorientando su agenda para la cobertura de las estrategias de los candidatos en el abordaje de ese asunto.

La frecuencia de la temática del aborto en el noticiero impreso tuvo un aumento considerable en la segunda vuelta. Tiene su auge entre 6 y 14 de octubre, con más de 15 textos / día mencionando el aborto en los dos periódicos. Los picos fueron los días 7 (con 24 textos), 9 (con 20 textos) y 10 de octubre (con 27 textos / día tratando o citando el aborto).

Es posible identificar el predominio del tema en el primer cuaderno y en el cuaderno especial / elecciones. Esto refuerza el hecho de que el aborto tuvo poca relación con la discusión más orientada al tema de la salud pública. El centro de la cobertura estaba orientado a las posiciones y disputas entre los candidatos, el enfrentamiento entre partidos y dirigentes políticos, grupos religiosos y la explotación electoral del asunto entre ellos. Además, en prácticamente toda la cobertura no hay voces en defensa de la despenalización del aborto, o en defensa de la autonomía de las mujeres sobre su cuerpo.

Las voces más escuchadas fueron la de los políticos y líderes religiosos, por lo que "los resultados confirman lo que ya se ha mencionado anteriormente: "los medios tienden a reforzar valores que corresponden a la visión de mundo de grupos dominantes y discursos hegemónicos" (MANTOVANI, 2013, p. 86). Por lo tanto, la temática del aborto tuvo dos enfoques centrales, que fueron el énfasis en las estrategias electorales de los candidatos y el favorecimiento desde el punto de vista religioso.

A pesar de eso, los artículos, columnas, entrevistas y editoriales fueron los espacios en que más se criticó el uso del aborto como instrumento de disputa electoral. Pero la mayoría de los análisis estaban orientados a las estrategias electorales. No había una discusión más profunda sobre el aborto como un problema social. Por eso, aunque el tema haya ganado visibilidad a través de los medios, ese destaque no generó ningún avance en la discusión del tema, que no salió de la esfera política / electoral.

El análisis de los impresos trae como resultado el hecho de que la inclusión del aborto como instrumento de la disputa electoral fue una iniciativa que surgió fuera de la esfera mediática, pero que en ella ganó grandes proporciones entre los electores.

Conclusión

La campaña presidencial de 2010, principalmente en la segunda vuelta, tuvo el aborto como tema central ligado a la perspectiva religiosa. Esto puede observarse a partir del análisis de las palabras de los candidatos y de la programación y el encuadramiento del tema en los medios de comunicación. Esto aseguró que el tema tuviera lugar diariamente en ambos periódicos investigados, aunque no hubiera un efectivo debate sobre esa cuestión.

A lo largo de la investigación se verificó que el tema fue insertado en la campaña por el candidato José Serra y, al percibir la importancia dada al asunto por los votantes, los medios de comunicación se le dan mayor destaque en su cobertura. Pero la agenda mediática en el período analizado enfatizó las motivaciones políticas y electorales de carácter moral y religioso. Por eso, a pesar de la presencia ostensiva del tema en los vehículos de comunicación, el análisis del tipo de programación y de la manera como el tema era tratado y debatido revela la poca importancia dada a aspectos relacionados a la salud de la mujer, a la criminalización y a las consecuencias sanitarias a ser enfrentadas por las políticas públicas.

Independiente de las posiciones referentes al tema, el aborto es una realidad diaria en el país que requiere una intervención del Estado, sea por medio de políticas de salud pública dirigidas a la mujer, o con cambios en la legislación. La inercia del Estado hace que varias veces el Poder Judicial tenga que "legislar" sobre situaciones referentes al aborto, como en el caso del embarazo de feto anencéfalo.

En el marco de la discusión de estas importantes cuestiones, el tema fue conducido sólo por la perspectiva electoral, con destaque para los aspectos moral y religioso. Por eso, el debate realizado en ese período no contribuyó a ningún avance relacionado con ese problema. Además, la inserción del aborto en la campaña no tuvo el condón de interferir de forma significativa en el resultado de las elecciones.

Por lo tanto, a pesar de la campaña presidencial de 2010 tratar el aborto de forma enfática, en nada contribuyó al avance de la discusión del tema, pues no pasó de una estrategia política de intentar ganar al electorado conservador al enfocarse sólo en intereses políticos y religiosos.

Referências

ALDÉ, Alessandra. **A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.

BARROS, Antonio T. de; BERNARDES, Cristiane B.; LEMOS, Cláudia Regina F. As mídias legislativas e a redefinição de noticiabilidade política no Brasil. **Em questão**, v. 14, n.1, jan./jul., p. 23-39, 2008. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/3142/3748>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

BELLOQUE, Juliana Garcia. Aborto onde estão (ou quem são) os cadáveres? **IBCCrim**, a. 23. n. 268, 2015. Disponível em: <http://www.ibccrim.org.br/boletim_artigos/309-268-Marco2015>. Acesso em 18 ago. 2016.

BENEVIDES, Carolina; FARAH, Tatiana. Polêmica na campanha presidencial, aborto ilegal mata uma mulher a cada dois dias. **O Globo**, Rio de Janeiro, 9 out. 2010. Primeiro caderno.

Disponível em:

<<http://search.proquest.com/docview/757074489/55F4EA3B3EF840D5PQ/10?accountid=46349>> Acesso em: 9 de set. 2016.

BERGAMO, Mônica. Mônica Serra contou ter feito aborto, diz ex- aluna. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 16 out. 2010. Primeiro Caderno, p. A10. Disponível em: <<http://cedi.camara.gov.br/jornaisintegra/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO/2010/OUTUBRO/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO-16-10-2010.pdf>>. Acesso em: 4 out. 2016.

CASTRO, Antonio Carlos de A. Eu fiz três abortos. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 15 out. 2010. Primeiro Caderno, p. A3. Disponível em: <<http://cedi.camara.gov.br/jornaisintegra/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO/2010/OUTUBRO/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO-15-10-2010.pdf>>. Acesso em: 4 out. 2016.

COLLUCCI, Cláudia. Na vida pessoal, juiz decide por aborto. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 10 out. 2010. Cotidiano, p. C5. Disponível em: <<http://cedi.camara.gov.br/jornaisintegra/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO/2010/OUTUBRO/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO-10-10-2010.pdf>>. Acesso em: 5 out. 2016.

COSTA, Sérgio I. F.; DINIZ, Débora. **Bioética: ensaios**. Brasília: Letras Livres, 2001.

CRUZ, Valdo et al. Lula determina guinada na campanha de Dilma, que vai explorar privatizações. **Folha de S. Paulo**, 6 out. 2010. Especial eleições, p. 1. Disponível em:

<<http://cedi.camara.gov.br/jornaisintegra/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO/2010/OUTUBRO/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO-06-10-2010.pdf>>. Acesso em: 9 de nov. 2016.

FERRAZ, Carolina V.; LEITE, Glauber S. **Direito à diversidade**. São Paulo: Atlas, 2015.

FOLHA de São Paulo. Editorial. Obscurantismo. **Folha de S. Paulo**, 10 out. 2010. Primeiro caderno, p. A2. Disponível em: <http://cedi.camara.gov.br/jornaisintegra/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO/2010/OUTUBRO/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO-10-10-2010.pdf>.

<<http://cedi.camara.gov.br/jornaisintegra/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO/2010/OUTUBRO/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO-10-10-2010.pdf>>.

Acesso em 9 nov. 2016.

FOLHA de São Paulo. Opinião flexível. Editorial. **Folha de S. Paulo**, 6 out. 2010. Primeiro caderno, p. A2. Disponível em: <<http://cedi.camara.gov.br/jornaisintegra/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO/2010/OUTUBRO/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO-06-10-2010.pdf>>. Acesso em 9 nov. 2016.

FONTCUBERTA, Mar de. **A notícia: pistas para compreender o mundo**. Tradução: Fernando Cascais. 1ª edição. Editorial Notícias, Lisboa, 1999.

KFOURI, Juca. A reta final. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 10 out. 2010. Primeiro Caderno, p. A2. Disponível em: <<http://cedi.camara.gov.br/jornaisintegra/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO/2010/OUTUBRO/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO-10-10-2010.pdf>>. Acesso em 9 nov. 2016.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: Norte e sul. Tradução Rafael Varela Jr. 2 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.

LAURO NETO. A distância entre nós. **O Globo**, Rio de Janeiro, 12 out. 2010. Disponível em: <http://search.proquest.com/docview/757265623/78F636FB2BB24F59PQ/1?accountid=46349>. Acesso em 9 set. 2016.

MANTOVANI, Denise. Gênero e Eleições presidenciais: um estudo sobre a hegemonia da temática religiosa no debate eleitoral de 2010. IV CONGRESSO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PESQUISADORES EM COMUNICAÇÃO E POLÍTICA (Compolítica). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 13-15 de abril de 2011. **Anais...** Disponível em: <<http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/03/Denise-Mantovani.pdf>>. Acesso em: 24 ago. 2016.

MANTOVANI, Denise. **Quem agenda a mídia**: Um estudo de agenda-setting a partir da tematização do aborto nas eleições de 2010. Brasília: Universidade de Brasília, 2014. Tese (doutorado em Ciência Política). Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/17179/1/2014_DeniseMariaMantovani.pdf>. Acesso em: 22 set. 2016.

MARTINS FILHO, Ives G. **Composição atual**. Brasília: Conselho Nacional de Justiça, 2010. Disponível em: <<http://www.cnj.jus.br/sobre-o-cnj/composicao/433-informacoes-para/imprensa/artigos/13354-direitos-desumanos>>. Acesso em: 3 out. 2016.

MARTINS, Ivan; ROCHA, Leonel. A fé entrou na campanha. Como o debate sobre Deus e o aborto interfere no segundo turno das eleições - e pode inaugurar urna nova fase na política brasileira. **Época**, n. 647, 2010.

NOLETO FILHO, Pedro Aquino. **Mídia e política na imagem do Congresso**. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2014.

OTAVIO, Chico. Para evangélicos, PT subestimou boatos. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 out. 2010. Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/756282405/40F539AE8C8F4045PQ/4?accountid=46349>>. Acesso em: 9 nov. 2016.

PAULINO, Mauro. Erros sobre erros. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 12 out. 2010, primeiro caderno, p.A2. Disponível em: <<http://cedi.camara.gov.br/jornaisintegra/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO/2010/OUTUBRO/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO-12-10-2010.pdf>>. Acesso em: 9 nov. 2016.

PEREIRA, Merval. Tática arriscada. **O Globo**, Rio de Janeiro, 12 out. 2010. Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/757265597/41FF0785C8E94F8DPQ/1?accountid=46349>>. Acesso em: 14 set. 2016.

RIBEIRO, Marcelle. Segundo deputado federal mais votado em SP diz que polêmica sobre aborto provocou 2º turno. **O Globo**, Rio de Janeiro, 4 out. 2010. Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/756197535/64E8EE64846347CAPQ/13?accountid=46349>>. Acesso em: 15 set. 2016.

RODRIGUES, Malena Rehbein. **Imprensa e Congresso ou como a mídia pauta a política**. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2002.

RODRIGUES, Malena Rehbein. **O papel da imprensa na qualidade democrática- Uma análise de possibilidades nos principais jornais nacionais**. Rio de Janeiro: UERJ, 2011. Tese (Doutorado em Ciência Política). Disponível em: <<http://www.plataformademocratica.org/Publicacoes/22068.pdf>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

SILVA, Fernando de B. Serra em transe. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 18 out. 2010. Primeiro Caderno, p. A2. Disponível em: <<http://cedi.camara.gov.br/jornaisintegra/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO/2010/OUTUBRO/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO-18-10-2010.pdf>>. Acesso em: 9 nov. 2016.

SILVA, Fernando de B. Nas trevas de Deus. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 6 out. 2010. Primeiro Caderno, p. A2. Disponível em: <<http://cedi.camara.gov.br/jornaisintegra/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO/2010/OUTUBRO/FOLHA%20DE%20SAO%20PAULO-06-10-2010.pdf>>. Acesso em: 9 nov. 2016.

SUWWAN, Leila. Ofensiva contra o PT. **O Globo**, Rio de Janeiro, 5 out. 2010. Disponível em: <<http://search.proquest.com/docview/756282871/E3005493043B423BPQ/1?accountid=46349>>. Acesso em: 15 set. 2016.

VIZEU, Alfredo; LEMOS, Lis Caroline. Dilma Roussef: jornalismo e aborto nas eleições de 2010. **Sessões do imaginário**, v. 19, n.31, dez., 2014, p. 1-11. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/19213/12232>>.

Acesso em: 15 ago. 2016.

Artigo recebido em: 15/05/2017

Artigo aceito para publicação em: 15/11/2017