
A imagem do aborto: uma análise semiótica das representações visuais na mídia brasileira¹

Bárbara Libório²

Universidade Metodista de São Paulo – UMESP

Resumo

Este artigo realiza uma análise de conteúdo respaldada na semiótica peirceana das imagens utilizadas por portais de notícias brasileiros em reportagens sobre a resolução do CONANDA (Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente), que garante o direito das adolescentes à saúde sexual e reprodutiva, incluindo a interrupção legal da gravidez. A pesquisa investiga como imagens de fetos, mulheres grávidas e manifestações políticas moldam a percepção pública sobre o aborto, usando as teorias semióticas de Peirce e Santaella, além dos conceitos de framing (Goffman, 1974) e agenda-setting (McCombs & Shaw, 1972). Os resultados evidenciando como as imagens não só ilustram, mas influenciam narrativas políticas e sociais, polarizando o debate e impactando a opinião pública sobre os direitos reprodutivos das mulheres.

Palavra-chave: semiótica peirceana, direitos reprodutivos, aborto, jornalismo, gênero.

Introdução

O Brasil é hoje um dos países com mais restrições para o aborto legal: a legislação brasileira permite o procedimento apenas em casos de estupro, feto anencéfalo ou quando há risco a vida da pessoa gestante. Segundo a ONG estadunidense Center for Reproductive Rights (CRR), nos últimos 30 anos, mais de 60 países mudaram sua legislação para facilitar o acesso ao aborto. Na América Latina, casos recentes como o da Argentina, Colômbia e México são exemplos disso. Mas no Brasil o debate segue interditado principalmente pelo fundamentalismo religioso dos que dizem defender o "direito à vida". A ascensão de fundamentalistas aos espaços de poder institucional dão ainda mais força à ofensiva contra o direito das pessoas que gestam, a exemplo de projetos de lei como o Estatuto do Nascituro que tentam definir que a vida humana começa já na concepção e que, portanto, aquele que ainda não nasceu teria direitos civis.

O debate legislativo sobre o tema é intenso, com a apresentação de projetos de lei (PLs) que buscam restringir o direito ao aborto no Congresso, assim como portarias e normativas de órgãos públicos e organizações de profissionais de saúde. Uma importante resolução que contribui para o debate recente sobre o aborto foi a do CONANDA

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo, professora do Curso de Jornalismo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). E-mail: barbara.liborio@gmail.com.

(Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente), que, em 2024, estabeleceu diretrizes para o atendimento humanizado e especializado de crianças e adolescentes com direito ao aborto legal. A medida gerou controvérsia, principalmente entre setores conservadores, mas foi vista por defensores dos direitos das mulheres e das adolescentes como um avanço na proteção desses direitos. A batalha judicial pela publicação da resolução foi amplamente noticiada por veículos de mídia.

A imprensa, vale ressaltar, é um dos agentes mais importantes na mobilização da opinião pública sobre o tema. O que não existe na mídia, não existe na mente do público (Castells, 2007). Para além da seleção do que deve ou não ser noticiado - os estudos pioneiros de Galtung e Ruge (1965) sobre os valores-notícia dariam início a uma ampla discussão sobre esse processo -, está em questão também como o tema é enquadrado pela mídia, como debatem as teorias de comunicação de framing (Bateson, 1972; Goffman, 1974; Tuchmann 1978) e agenda-setting (McCombs; Shaw, 1972).

Para entender como o tema do aborto foi discutido pela imprensa no caso da resolução do Conanda, este artigo analisa as reportagens publicadas por veículos de comunicação de expressão nacional entre 23 de dezembro de 2025 e 8 de janeiro de 2025, da data de aprovação pelo Conselho até a sua publicação em Diário Oficial após disputas judiciais. Recorre-se às contribuições da Semiótica Peirceana, mais especificamente o conceito de signo desdobrado nas categorias de ícones, índices e símbolos, para uma análise das imagens publicadas nesses conteúdos.

Enquadramento e agendamento

O antropólogo e epistemólogo da comunicação Gregory Bateson (1972) introduziria no século XX o conceito de frame: o “enquadramento” de uma situação como a organização da estrutura de sentidos das mensagens dela.

A moldura à volta de uma imagem, se a considerarmos como uma mensagem para dar ordem ou organizar a percepção do observador, diz: “Toma atenção àquilo que está dentro e não tomes atenção àquilo que está fora”. (...) A moldura diz ao observador que na interpretação da imagem não está a utilizar o mesmo tipo de pensamento que usa na interpretação do papel de parede. (Bateson, 1972, p. 207).

Goffman (1974), ao retomá-lo, explica que as definições de uma situação são elaboradas de acordo com os princípios de organização que governam os acontecimentos

e nosso envolvimento subjetivo neles. Em resumo, os enquadramentos determinam não apenas a maneira como interpretamos os acontecimentos, mas também moldam a nossa percepção da realidade. Mais tarde, essa noção de enquadramento seria levada para o estudo do jornalismo por Tuchmann (1978): as notícias são uma janela - uma moldura - para o mundo.

Essa é uma teoria de comunicação que dialoga com outra: a de agenda-setting ou agendamento (McCombs; Shaw, 1972), que discute como a longo prazo as notícias não dizem apenas sobre o que devemos pensar, mas também sobre como devemos pensar sobre o que pensamos. Alguns teóricos consideram que o framing é, inclusive, uma evolução ou um herdeiro da teoria do agendamento. Tanto a seleção de objetos para atrair a atenção, como a seleção dos enquadramentos para pensar sobre esses objetos são tarefas poderosas do agendamento (McCombs; Shaw, 1972, 1993, p. 62). Na prática, além da imprensa influenciar o que deve estar na agenda pública, influencia também em como esses temas devem estar dispostos nessa agenda, moldando assim a opinião pública.

Muitos autores aprofundaram e fizeram contribuições importantes sobre essa discussão. Dijk (2005) usa o termo “modelos mental” para tratar algo semelhante: a representação mental de um acontecimento que as pessoas observam, do qual participam ou sobre o qual leem. Esses modelos, que são influenciados pelas crenças sociais e imaginários que circulam no meio social no qual se inserem – suas ideologias –, são a interface entre as estruturas sociais e o indivíduo e influenciam, dentre outras coisas, em opiniões ou crenças avaliativas sobre acontecimentos e seus participantes. Dijk (2005) pontua que esses modelos podem ser "manipulados" pelas estruturas e pelo conteúdo dos relatos noticiosos.

A semiótica peirceana

Mas como isso aconteceria? Como esses relatos podem produzir sentidos para a audiência? Para responder, podemos recorrer a uma outra teoria da comunicação: a semiótica. Para Santaella “a) não há comunicação sem intercâmbio de algum tipo de conteúdo; b) todo conteúdo se expressa em mensagens; c) toda mensagem se encarna em signos; d) não há intercâmbio de mensagens sem um canal de transporte” (Santaella, 2020, p. 8). A Semiótica se baseia numa tríade: demonstra que existem os objetos no mundo, suas representações em forma de signos e nossa interpretação mental desses

objetos (signo - objeto - interpretante). O signo é aquilo que substitui o objeto em nossa mente (Peirce, 1999) e constitui a linguagem, base para os discursos.

Verbais ou não-verbais, existem três categorias do signo: ícone, índice e símbolo. Um ícone possui semelhança física com a ideia que representa (o desenho de uma casa se parece fisicamente a uma casa). Um índice aponta de alguma maneira para o seu referente (a sombra dessa casa, por exemplo) e frequentemente sinalizam uma ação ou um processo físico. Já um símbolo é abstrato (a palavra “casa” escrita, por exemplo) e sua forma não tem qualquer semelhança com o seu significado. Para Peirce, porém, o símbolo seria uma síntese desses três níveis.

A afirmação de que a imagem é sempre e meramente ícone já é relativamente enganadora; a de que a palavra é pura e simplesmente símbolo é decididamente equivocada. Os níveis de convencionalidade, que estão presentes, em maior ou menor medida, nas imagens, correspondem ao seu caráter simbólico, além de que há imagens alegóricas que figuram simbolicamente aquilo que denotam. Assim, também há necessariamente imagem no símbolo, pois sem a imagem o símbolo não poderia significar. (SANTAELLA, NÖTH, 2020, p. 63)

Para Santaella (2020, p.37), as imagens podem ser observadas tanto na qualidade de signos que representam aspectos do mundo visível quanto em si mesmas, como cores puras e abstratas ou formas coloridas. A apresentação de um objeto a um intérprete de um signo, ou a relação entre o signo e o objeto, chama-se “representação”. Um bom exemplo de símbolo no caso do aborto são os pañuelos ou lenços verdes que desde 2018, signo adotado pelos movimentos sociais para representar a luta pela descriminalização do aborto na América Latina.

Da mesma maneira, outros signos podem levar a outros interpretantes. É comum que reportagens sobre aborto sejam ilustradas com imagens de mulheres grávidas em estágio avançado da gestação, um índice de que essas mulheres estariam esperando bebês viáveis (que sobreviveriam fora do útero) - ainda que se saiba que a grande maioria das mulheres buscam os serviços antes de 20 semanas de gestação. Também é comum o uso de imagens de bebês ou fetos para ilustrar matérias sobre aborto, um índice que coloca como foco o desenvolvimento do feto, e não a decisão reprodutiva da mulher e sua saúde.

Essa produção de sentido com imagens não deixa de ser uma estratégia de agendamento e enquadramento midiáticos extremamente relevante para a mobilização da opinião pública sobre o tema.

A cobertura da resolução do Conanda

Em 23 de dezembro de 2023, o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda) aprovou uma resolução que fixa diretrizes para o atendimento de crianças e adolescentes em casos de aborto legal, viabilizando o processo de interrupção da gravidez em crianças e adolescentes que relatarem gestação “resultante de abuso sexual ou em caso de risco de vida da gestante ou anencefalia do feto”. Foi uma votação apertada, por 15 votos a 13: os treze representantes do governo federal votaram contra a resolução. No dia seguinte, após pedido da senadora Damares Alves (Republicanos-DF), a resolução foi suspensa por determinação em primeira instância de um juiz federal plantonista. Em 7 de janeiro de 2025, no entanto, o Tribunal Regional da Primeira Região (TRF-1) autorizou a publicação no Diário Oficial da União (DOU), realizada no dia seguinte.

Este artigo propõe-se a analisar a escolha de imagens nas reportagens publicadas por portais de notícias de expressão nacional entre 23 de dezembro de 2023 e 8 de janeiro de 2025, da data de aprovação da resolução do Conanda até a sua publicação em Diário Oficial. A ideia é entender a quais narrativas essa escolha serve: se colocam o aborto como uma questão de direito reprodutivo da mulher, como uma discussão de direito à vida, ou objeto de disputa e polarização social.

Fez-se uma busca no Google Notícias, indexador de notícias do Google, em modo anônimo, pelas palavras-chave “Conanda” e “aborto”. Foram selecionados apenas os conteúdos publicados no período selecionado e que de fato tinham como tema principal a aprovação ou disputa judicial referentes à resolução. O buscador apresentou 566 resultados. Optou-se por limitar a análise apenas a conteúdos publicados por veículos de notícias de expressão nacional - foram excluídos, portanto, posts de redes sociais, blogs, ou páginas institucionais. Por uma questão de capacidade de recursos, foram analisados apenas os 50 primeiros conteúdos mostrados pelo indexador seguindo essas condições.

A escolha pela busca em um indexador de notícias pelo fato de ser uma ferramenta robusta para indexar e apresentar notícias de diversos portais e fontes de mídia. Há, no entanto, uma importante limitação metodológica: é possível que matérias fiquem fora dessa amostra de 50 primeiros, especialmente em casos onde as notícias sobre o tema podem ser mais dispersas ou ocultas nas páginas seguintes; além disso, o Google, por seu algoritmo, prioriza certos tipos de conteúdo (como notícias frescas ou mais acessadas), o que pode gerar uma visão parcial do tema. Os resultados podem refletir apenas as notícias

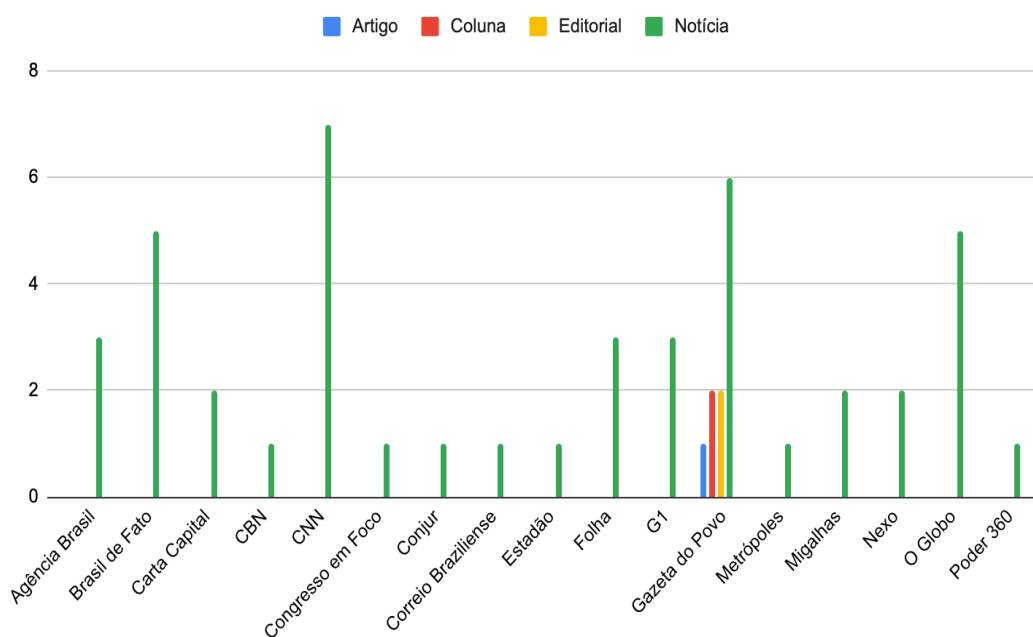
mais recentes ou mais clicadas, que nem sempre são as mais completas ou representativas de todo o espectro de cobertura. Entende-se, no entanto, que a seleção captura o pulso atual do debate sobre o tema e as notícias que despertaram maior interesse do público.

Resultados

O corpus desta análise tem conteúdos (notícias, editoriais, artigos e colunas) dos seguintes veículos: Gazeta do Povo (22%), CNN (14%), O Globo (10%), Brasil de Fato (10%), G1 (6%), Folha de S.Paulo (6%), Agência Brasil (6%), Nexo Jornal (4%), Migalhas (4%), Carta Capital (4%), Poder 360 (2%), Metrôpoles (2%), O Estado de S. Paulo (2%), Correio Braziliense (2%), Conjur (2%), Congresso em Foco (2%) e CBN (2%) (Figura 1).

Figura 1 - Conteúdos analisados para este artigo

Distribuição dos conteúdos analisados por veículo e gênero



Fonte: Elaboração da autora

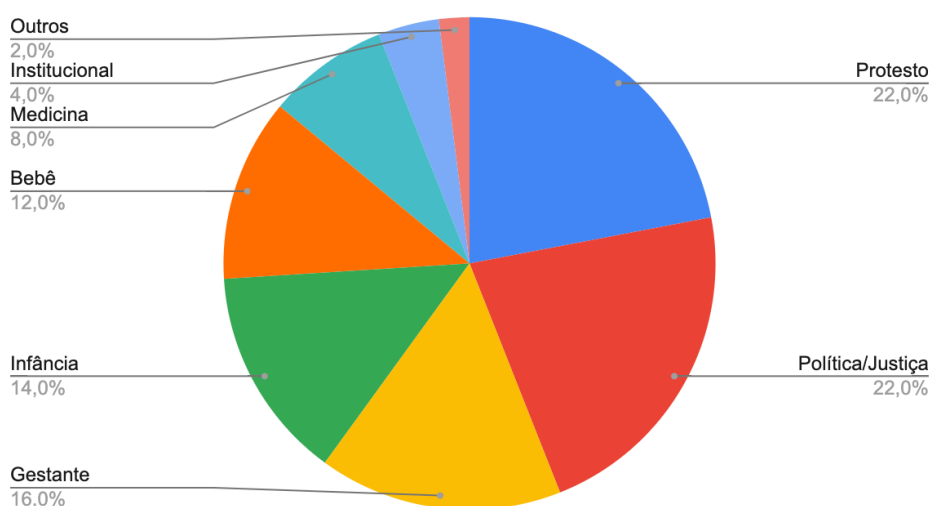
O corpus desta análise tem conteúdos (notícias, editoriais, artigos e colunas) dos seguintes veículos: Gazeta do Povo (22%), CNN (14%), O Globo (10%), Brasil de Fato (10%), G1 (6%), Folha de S.Paulo (6%), Agência Brasil (6%), Nexo Jornal (4%), Migalhas (4%), Carta Capital (4%), Poder 360 (2%), Metrôpoles (2%), O Estado de S. Paulo (2%), Correio Braziliense (2%), Conjur (2%), Congresso em Foco (2%) e CBN (2%) (Figura 1).

As 50 imagens destacadas nestas reportagens foram divididas em sete categorias: imagens de protesto (manifestações de rua, cartazes, etc.); imagens de figuras do cenário político ou jurídico (como parlamentares e juízes); imagens de mulheres gestantes; imagens de crianças ou relacionadas à infância (como ursinhos de pelúcia e brinquedos); imagens de bebês ou fetos; imagens relacionadas à medicina (como consultórios médicos); imagens institucionais (logomarca dos veículos ou jornalistas na TV) e outras imagens (Figura 2).

A categoria "Protesto" e a categoria "Política/Justiça" lideram a distribuição, ambas com 22%, indicando que o debate em torno do aborto no Brasil está fortemente associado à mobilização social. Imagens de protestos, com cartazes, faixas e multidões, transmitem uma narrativa de luta e resistência, enquanto as imagens que envolvem política e justiça são frequentemente centradas em figuras de autoridades, tribunais e debates legislativos, ressaltando o aspecto jurídico e institucional da questão. Dessa maneira, a mídia utiliza as imagens para comunicar a polarização e o engajamento social em torno do aborto, não apenas como uma questão de saúde, mas como um campo de batalha político e ideológico.

Figura 2 - Análise das imagens publicadas

Imagens publicadas na cobertura sobre resolução do Conanda



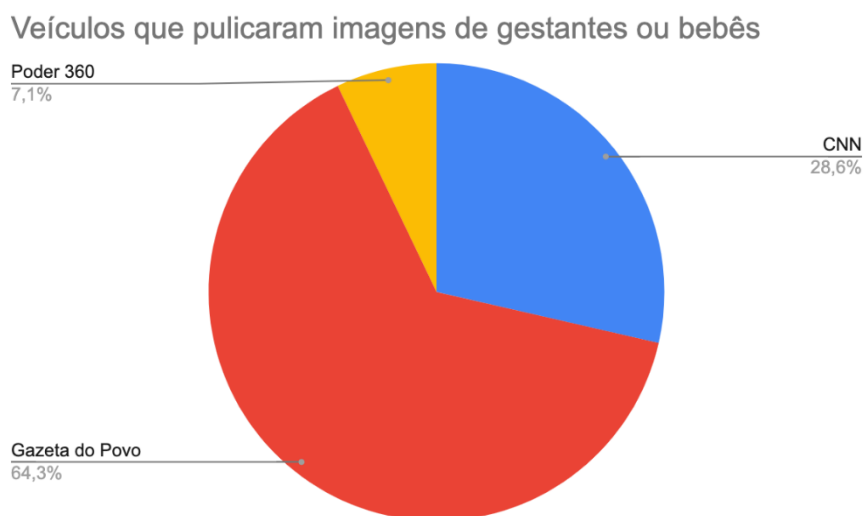
Fonte: Elaboração da autora

Se unirmos as categorias "Gestante" e "Bebê/feto", no entanto, ela teria uma maior relevância, somando 28% (16% + 12%) da totalidade das notícias. Isso reflete diretamente

a forma como o tema é debatido na sociedade, onde os direitos das mulheres e a proteção do feto são muitas vezes colocados em conflito. Essas imagens desempenham um papel central na forma como o tema é enquadrado, pois evocam emoções, valores morais e questões éticas fundamentais, além de estruturar a percepção pública sobre o aborto.

Imagens de ultrassons, fetos em desenvolvimento ou mãos pequenas podem ser usadas para destacar a fragilidade e vulnerabilidade do feto e são frequentemente associadas ao argumento da vida: elas trazem à tona a percepção de que o feto, mesmo antes de nascer, tem direitos próprios, e o aborto é visto como uma forma de violência contra a vida. Não à toa, 64% das reportagens que utilizaram essas imagens foram publicadas na Gazeta do Povo, veículo conservador que é declaradamente contra o direito ao aborto legal, tendo já publicado diversos editoriais sobre o assunto. Outros 29% foram publicados pela CNN Brasil.

Figura 3 - Veículos que publicaram imagens de gestantes ou bebês



Fonte: Elaboração da autora

Apenas 14% das reportagens publicaram imagens relacionadas à infância, ainda que o Conanda seja um órgão dedicado à proteção dos direitos da criança e do adolescente. Em 2023, o Instituto AzMina ³mostrou que cerca de 25 mil meninas de 14 anos são mães anualmente no Brasil, segundo o levantamento nos dados do Sistema

³ Aqui cabe destacar que a autora deste artigo mantém relação profissional com AzMina, atuando diretamente na produção de conteúdo do veículo desde 2020.

Público de Saúde, o SUS⁴. Todas essas crianças teriam direito ao aborto legal, já que, pelo Código Penal, foram vítimas de violência sexual - o crime de estupro de vulnerável é definido como “ter conjunção carnal ou praticar ato libidinoso com menor de 14 anos”. Também foram apenas 8% os conteúdos com imagens relacionadas à medicina, que poderiam levar à percepção de que esse é um assunto de saúde pública - em 2018, a Folha de S.Paulo mostrou que o SUS havia gasto F\$ 500 milhões com complicações de aborto em uma década⁵.

Considerações finais

Este artigo analisou como as imagens publicadas em reportagens sobre o aborto não apenas ilustram, mas também desempenham um papel crucial na construção e no enquadramento de narrativas sociais e políticas. A análise semiótica peirceana e as teorias de framing e agenda-setting oferecem uma visão holística de como as imagens participam da produção de sentido e da formação de opiniões.

Ao abordar o aborto, a mídia não se limita a exibir fatos, mas molda o entendimento coletivo, direcionando o olhar do público e construindo significados que alinham-se a determinadas ideologias e valores sociais. Nesse processo, a semiótica oferece uma base sólida para compreender o poder das imagens como signos e a maneira como elas são interpretadas em contextos culturais e sociais específicos.

As imagens de fetos nas reportagens, por exemplo, podem ser vistas como ícones, pois apresentam uma semelhança direta com o que representam: o feto em gestação. Esse uso busca gerar uma conexão emocional imediata, enfatizando o valor da vida desde a concepção. Por outro lado, imagens de gestantes e imagens de protestos, com suas diferentes conotações, atuam como índices e símbolos. Elas não apenas fazem referência a uma realidade (a luta pelo direito ao aborto), mas também direcionam o espectador para um debate ideológico mais amplo sobre direitos reprodutivos e valores morais.

A mídia, ao selecionar essas imagens, realiza um processo de framing. O enquadramento não só define o que está em foco, mas também como o público deve

⁴ AMADO, Guilherme. PL do aborto: 25 mil meninas de até 14 anos são mães anualmente. Metrôpoles, 26 out. 2023. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/guilherme-amado/pl-do-aborto-25-mil-meninas-de-ate-14-anos-sao-maes-anualmente>. Acesso em: 16 jan. 2025.

⁵ FOLHA DE S.PAULO. SUS gasta R\$ 500 milhões com complicações por aborto em uma década. Folha de S.Paulo, 11 jul. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/07/sus-gasta-r-500-milhoes-com-complicacoes-por-aborto-em-uma-decada.shtml>. Acesso em: 16 jan. 2025

interpretar o tema. A escolha de imagens específicas — seja de manifestantes em luta, gestantes, ou fetos — condiciona a maneira como o aborto é entendido, seja como um direito da mulher ou uma questão de vida. Essas imagens tornam-se um ponto focal para a disputa ideológica, influenciando os modelos mentais do público sobre o que significa a interrupção da gravidez e quais são seus direitos.

Referências bibliográficas

BATESON, G. **A theory of play and fantasy**. Steps to an ecology of mind/Chandler, 1972.

DIJK, V.T.A. **Ideologia**. Letras de Hoje, v. 50, n. 5, 2015.

GOFFMAN, Erving. **Frame analysis: An essay on the organization of experience**. Northeastern UP, 1974.

MCCOMBS, M.; SHAW, D. The agenda-setting function of mass media. **Public Opinion Quarterly**, v. 36, n. 2, p. 176-182, summer 1972.

MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. The evolution of agenda-setting research: Twenty-five years in the marketplace of ideas. **Journal of communication**, v. 43, n. 2, p. 58-67, 1993.

SANTAELLA, Lúcia. Apresentação. In: SANTAELLA, Lúcia (Org.). **Charles Sanders Peirce: Excertos**. São Paulo: Paulus, 2020, p.7-8.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem: cognição, semiótica, mídia**. Iluminuras, 2020.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1999.

TUCHMANN, Gaye (1978). Making News, New York e London, The Free Press (1ª edição paperback: 1980). Wolf, Mauro (1992). **Teorias da Comunicação**, Lisboa, Editorial Presença (2ª edição).