

Toma que o aborto é teu: a politização do aborto em jornais e na web durante a campanha presidencial de 2010

A última campanha presidencial brasileira foi atravessada por lutas políticas em torno do aborto. Não é a primeira vez que esse tema desempenha um papel em uma corrida à presidência, mas há dois aspectos que tornam a eleição de 2010 digna de destaque. O primeiro é a intensidade da politização do aborto. O segundo é o fato de que, na campanha, o tema foi discutido tanto como política pública quanto no que diz respeito à reputação dos candidatos, articulando assim as dimensões do público e do privado. Neste artigo, desenvolvo um exame das lutas políticas travadas no ciberespaço em torno do aborto, a partir de dois objetivos. O primeiro consiste no exame do modo como as lutas políticas articulam espaços sociais *on* e *offline*. Isto implica tanto uma reflexão sobre os instrumentos teórico-metodológicos necessários a esse novo espaço de observação quanto um exame da relação de circularidade e retroalimentação entre práticas sociais desenvolvidas em espaços sociais dentro e fora da rede. Já o segundo objetivo consiste em examinar os modos de interação, as tomadas de posição e as representações acerca das disputas políticas em torno do tema do aborto e dos direitos sexuais levadas a cabo por agentes que participam de *blogs* e de *redes sociais*. Trata-se de entender o modo como as disputas políticas em torno da ocupação do Estado e da direção de políticas públicas ocorrem no ciberespaço em relação direta com seus desdobramentos *offline*¹.

¹ Para uma análise das formas de sociabilidade desenvolvidas no ciberespaço, ver Boyd, Golder e Lotan (2010); Boyd e Hargittai (2010). Para um exame das relações entre *on* e *offline*, ver Casalegno (1999); Miller e Slater (2000). Para uma análise da relação entre política e reações estabelecidas no ciberespaço, ver Castells (2001; 2005).

Os embates em torno da campanha presidencial de 2010 e seu foco na crítica ao Plano Nacional de Direitos Humanos são particularmente interessantes tanto para seguir as relações cada vez mais densas entre os agentes no ciberespaço quanto para identificar as relações de conflito e circularidade entre *on* e *offline*. De início é importante observar que o ciberespaço foi concebido como um lugar importante na estratégia de campanha dos candidatos. Contudo, as ações oficialmente desenvolvidas pelos estrategistas de *marketing* não foram, de longe, as mais importantes. Um papel bem mais significativo foi desempenhado pela adesão às campanhas por agentes posicionados voluntariamente no ciberespaço. Outro aspecto fundamental foi a natureza dos meios técnicos disponíveis à ação *online*.

Assim, o primeiro agenciamento² por meio do qual a campanha eleitoral se fez presente na rede de computadores se deu através das listas de *email* que traziam ataques às reputações dos candidatos. Nas correntes de mensagens se difundia o medo político através das redes de relações sociais que se materializam nas listas de contatos. Ao lado do espaço social configurado pelas correntes de *emails*, mais próximo da vida privada, outro também foi significativo: as redes sociais. Plataformas como *Orkut* e *Facebook* foram palco de articulações de campanha, mas, especialmente, de circulação de ideias e imagens que punham em jogo a reputação dos candidatos.

Quase como que em contraposição a essa arena mais privada outra, mais identificada à esfera pública, se estabeleceu como espaço fundamental de interlocução política: a chamada blogosefera. Ali se procedeu ao que de mais próximo tivemos de um debate público em torno dos temas de campanha. E a blogosfera se desenvolveu tendo como contraponto os jornais físicos, publicados *offline*. Estabeleceu-se entre esses dois *media* relações de oposição, complementaridade e ressonância que tiveram um papel importante na construção e na desconstrução da reputação dos candidatos.

Neste sentido, o tema do aborto, no modo como articulou dimensões públicas e privadas dos candidatos no ciberespaço, revela-se bom para pensar os novos agenciamentos em torno dessas dimensões. Mais importante ainda é a possibilidade que os embates em torno do aborto nos dão de pensar as disputas entre jornais e *blogs* em torno da definição de esfera pública.

² O conceito de agenciamento, na definição proposta por Law (1992) e Latour (2000), é usado aqui para superar a oposição entre agentes e objetos e supõe que usuários, hardware e software se entrelaçam em redes que são constitutivas da experiência de ser e agir no ciberespaço.

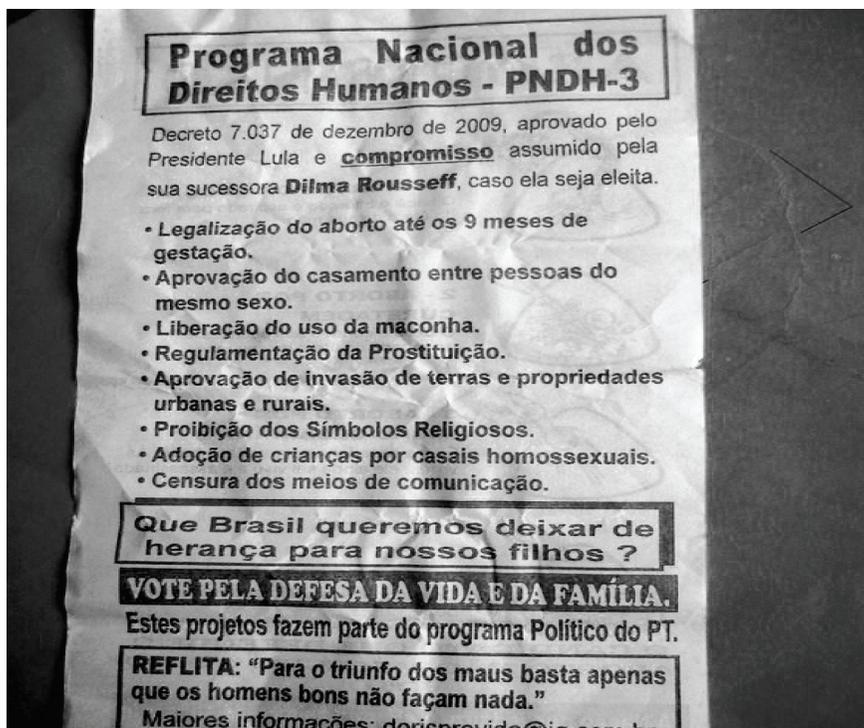
Direitos humanos x crenças religiosas: o aborto e o PNDH-3

O projeto de lei 122 de 2006 trata da criminalização da homofobia. Em torno de sua tramitação na câmara federal em 2010, consolidou-se um forte enfrentamento entre movimentos de luta por direitos humanos, especialmente ativistas *gays* e ativistas de defesa dos direitos das mulheres, de um lado; e grupos religiosos que se autointitulavam “em defesa da família”. Esta luta não é nova, e repetiu um cenário semelhante ao que se desenrolou em 2008 em torno da PL 1135/91, que tratava da descriminalização do aborto no Brasil. Este projeto de lei foi derrotado a partir da ampla mobilização dos grupos religiosos. Do ponto de vista desses grupos, os dois temas (descriminalização do aborto e criminalização da homofobia) se articulam de forma mais ampla em torno do decreto presidencial de dezembro de 2009 que aprovou Plano Nacional de Direitos Humanos, o PNDH-3. Falaremos disso mais adiante.

O ano de 2010 e a eleição presidencial marcam uma inflexão importante desse enfrentamento entre grupos religiosos e grupos *gays* e feministas em torno dos direitos sexuais e reprodutivos. É possível desenvolver dois argumentos diferentes acerca da centralidade da campanha eleitoral no desenrolar desse conflito, cada um relativo a um dos grupos envolvidos no conflito. Do ponto de vista dos grupos religiosos, o governo federal sob a presidência de Luis Inácio da Silva vinha abrigando, de forma crescente em suas políticas públicas, os princípios identificados com os grupos em defesa do aborto e da criminalização da crítica à homossexualidade. Neste sentido, a vitória de uma mulher de passado comunista e aparentemente simpática à luta feminista e homossexual constituía a possibilidade concreta de que as políticas derrotadas no parlamento viessem a ser implementadas via burocracia federal. Já do ponto de vista dos movimentos de direitos humanos, a campanha eleitoral representava para os grupos conservadores a oportunidade de se capitalizar politicamente diante do estado brasileiro, impondo a sua agenda em um momento sensível da coalizão governista. Nestes termos, representava para os movimentos conservadores a possibilidade de reverter, através da luta política eleitoral, o espaço ganho pelos movimentos de direitos humanos no interior do estado brasileiro.

O ciberespaço foi fortemente atravessado por esse embate, contudo escapa às possibilidades deste artigo examinar esse enfrentamento e sua presença *online* de forma ampla. Minha estratégia, então, consiste em abordar de forma mais impressionista esse embate e caminhar para uma descrição em torno do evento “aborto de Mônica Serra”.

Começo então pela hipótese, derivada das formulações antropológicas em torno do “tempo da política”³, de que, em 2010, se entrelaçaram o tempo parlamentar das leis, o tempo burocrático dos planos e decretos e o tempo quente das eleições. E, talvez, essa articulação explique o paradoxo de uma eleição em que os dois principais candidatos eram completamente desprovidos de carisma e que, ao mesmo tempo, transcorreu de forma bastante apaixonada. Assim, Dilma Rousseff era representada pelos grupos religiosos como a expressão mais bem acabada da hegemonia na burocracia federal das forças pró-direitos humanos articuladas em torno do PNDH-3. Um panfleto antiDilma, distribuído em outubro de 2010, revela bem essa posição⁴:



³ *Tempo da política* é um conceito desenvolvido por Palmeira e Heredia (1993), Palmeira (2001) para dar conta do modo como, em períodos eleitorais, os políticos e atividade política são percebidos como parte integrante e fundamental da vida social mais ampla. Como veremos aqui, a política passa a fazer parte do dia a dia e atravessa conexões em rede que não são necessariamente políticas, emprestando-lhe um determinado *quantum* de paixão e velocidade.

⁴ O panfleto se encontra reproduzido em <http://www.revistaforum.com.br/blog/2010/10/04/dilma-aborto-maconha-prostituicao-casamento-gay-tai-a-prova/>

O panfleto revela bem a politização da eleição. Isto é, o fato de que ali desaguava uma história de lutas entre grupos religiosos e pró-direitos humanos a partir da crença, especialmente por parte dos grupos religiosos, de que a eleição presidencial seria capaz de desempenhar uma real inflexão de políticas públicas e normatizações legais em torno dos temas citados no panfleto. Deve-se ficar claro que não creio que a religião ganhou ou perdeu a eleição. Acredito apenas que o debate religioso intensificou o componente emocional e da ordem dos valores entre agentes envolvidos com os dois lados da disputa. E a *internet* teve um lugar importante dentro nessa politização. As ferramentas de comunicação *online* foram amplamente utilizadas no acompanhamento e mobilização das votações no congresso e nas audiências públicas em torno da política de direitos humanos. *Blogs*, listas de discussão por emails, comunidades em redes sociais, entre outras ferramentas e espaços *online* foram constituídos e atravessados pela mobilização política em torno desses temas.

Em uma análise da campanha eleitoral, o *blogueiro* Rodrigo Vianna, partidário da candidatura Dilma Rousseff, identificou uma *campanha de desinformação* que seria composta das seguintes etapas⁵:

- 1) Primeira Onda – *emails* e ações eletrônicas: mensagens disseminadas por *email* ou pelas redes sociais, com informações sobre a “Dilma abortista”, “Dilma terrorista”, “Dilma contra Jesus”; foi essa técnica, associada aos sermões de padres e pastores, que garantiu o segundo turno.
- 2) Segunda Onda – panfletos: foi a fase iniciada na reta final do primeiro turno e retomada com toda força no segundo turno; aqueles “boatos” disformes que chegavam pela *internet*, agora ganham forma; o povão acredita mais naquilo que está impresso, no papel; é informação concreta, é “verdade” a reforçar os “boatos” de antes;
- 3) Terceira Onda – *telemarketing*: um passo a mais para dar crédito aos boatos; reparem, agora a informação chega por uma voz de verdade, é alguém de carne e osso contando pro cidadão aquilo tudo que ele já tinha “ouvido falar”.
- 4) Quarta Onda – pichações e faixas nas ruas: a boataria deixa de frequentar espaços privados e cai na rua; “Cristãos não querem Dilma e PT”; “Dilma é contra Igreja”; mais um reforço na estratégia. Faixas desse tipo apareceram ontem em São Paulo, como eu contei aqui.

⁵ O argumento de Vianna pode ser encontrado em <http://www.rodrigovianna.com.br/plenos-poderes/as-cinco-ondas-da-campanha-contra-dilma-sao-tecnicas-de-contra-informacao-militar.html>

As ondas supostas por Vianna nos permitem apontar alguns elementos importantes. O primeiro deles é a articulação entre os espaços *on* e *offline*. Seja supondo uma politização eleitoral da *internet*, seja supondo uma internetização da campanha eleitoral, é contraprodutivo dissociar inteiramente os espaços *on* e *offline* atravessados pela campanha eleitoral. Assim, a estratégia desenhada na interpretação de Vianna aponta para o uso de *e-mails* e redes sociais na transmissão de ideias políticas e no engajamento emocional e valorativo dos agentes em posições de campanha. Nesse sentido, *redes de emails, comunidades em redes sociais e fóruns* representam um meio privilegiado de transmissão dessas mensagens, pois os agentes emprestam e arriscam seu capital social acumulado na interação *on* e *offline* à mensagem transmitida.

Um exemplo do que Vianna nomeou como *primeira onda* pode ser encontrado na seguinte mensagem:

Dilma aprovará leis que prejudicarão a pregação da Palavra de Deus, como:

Fica proibido fazer:

- Cultos ou evangelismo na rua (Reforma Constitucional).
- Programas evangélicos na televisão por mais de uma hora por dia.
- Programa de rádio ou televisão, quem não possuir faculdade de “jornalismo”.
- Pregar sobre dízimos e ofertas, havendo reclamações, obreiros serão presos.

Quanto aos cultos:

- Cultos somente com portas fechadas (Reforma Constitucional).
- As igrejas serão obrigadas a pagarem impostos sobre dízimos, ofertas e contribuições.
- Será considerado crime pregar sobre espiritismo, feitiçaria e idolatria, e também veicular mensagem no rádio, televisão, jornais e internet, sobre essas práticas contrárias a Palavra de Deus.
- Pastores que forem presos por pregar sobre práticas condenadas pela Bíblia Sagrada (homossexualismo, idolatria e espiritismo) não terão direito de se defender por meio de ação judicial.

Se estabeleça:

- O dia do “Orgulho Gay” e que seja oficializado em todas as cidades brasileiras e comemorado nas Instituições de Ensino Fundamental (primeira a 8ª série), público e particular.
- Que as Igrejas que se negarem a realização das solenidades dos casamentos de homem com homem e de mulher com mulher, estarão fazendo “discriminação”,

seja multadas e seus pastores processados criminalmente por discriminação e desobediência civil.

REPASSE ISSO! É UM ALERTA QUE TODOS PRECISAM SABER.

Usando o motor de busca *Google*, em janeiro de 2011, encontrei essa mensagem em cerca de 11.000 páginas na *internet*. Mais interessante que o número bruto é a sua dispersão: 521 vezes, a mensagem aparece em fóruns de discussão, que são associações de usuários organizados em torno de interesses comuns e que promovem debates a partir de mensagens publicadas abordando uma mesma questão. Assim, essa mensagem foi postada em fóruns os mais diversos: em fóruns dedicados a jogos, como Uol Jogos, Cortez e Otserv, entre outros; em fóruns e listas de discussão de tecnologia, como *Hardmob*, *Hardwere & Redes* e o Portal *Blackberry* e Redes; e principalmente em *blogs*, fóruns e listas de discussão religiosas. Além dessas postagens, encontrei mais algumas centenas em comunidades na plataforma *Orkut*.

Vianna estabelece uma relação direta entre a difusão dessa mensagem e o convencimento dos eleitores. Contudo, minha pesquisa não tem condições, nem interesse, em corroborar ou negar essa suposição. De fato, muitas vezes, essa mensagem foi seguida de postagens críticas de diversos usuários dos fóruns, algumas vezes indignadas, outras irônicas. O tom mesmo da mensagem, alarmista e repetitivo, não se coaduna com o ambiente de forte debate que caracteriza os fóruns de discussão. Assim, meu objetivo não é corroborar o argumento das *ondas*, mas examinar o modo como *internet* e eleição se atravessaram mutuamente. De fato, o aspecto mais problemático da argumentação de Vianna é a crença de que a mobilização em torno do combate à candidatura de Dilma Rousseff se explica por uma *campanha* de desinformação. A dificuldade não é que tal campanha tenha sido inexistente, mas que Vianna subestima a adesão espontânea a ela por parte de inúmeros agentes que já possuíam uma intensa atividade *online* e que se identificavam política e religiosamente com essa pauta crítica à política de direitos humanos do governo brasileiro. Pois foi esta adesão espontânea que permitiu a constituição das “correntes de *email*”, as postagens e linkagens de colunas, vídeos e reportagens em detrimento da candidatura Dilma Rousseff⁶.

⁶ Uma última observação sobre o tema é que um dos alvos fundamentais do argumento de Vianna foi as correntes de e-mail. E, infelizmente, não é possível pesquisá-las nos mesmos termos que os fóruns e comunidades na *internet* que são rastreáveis através dos motores de busca. E as correntes de e-mail

Os embates entre jornalistas, blogueiros e blogueiros jornalistas

O jornalismo sempre foi, ao longo do século XX, uma das peças centrais da esfera pública, concebida como um espaço público constituído pela livre circulação de ideias e informações, que se contrapõe ao Estado e aos grandes poderes econômicos e onde os cidadãos podem construir um consenso livre e racional, que dá conteúdo à *opinião pública*. Contudo, mais do que um conceito científico, a *opinião pública* é um valor bastante presente no modo como os jornalistas pensam sua própria profissão, seja para defini-la positivamente, seja para depreciá-la. Assim, o jornalismo goza de um centralidade ambígua, posto que os jornais ora são concebidos como o lugar de vocalização e construção de um opinião pública racional, particularmente contraposta aos grandes interesses econômicos encastelados no estado ou de forma monopolista no mercado; ora são concebidos como a expressão mesma de interesses políticos e econômicos particulares que se travestem em interesse público. É a tensão entre a ideia de que os jornais ou vocalizam ou fabricam a opinião pública⁷.

Levar em conta a *opinião pública* como um valor é fundamental para entender as disputas entre jornalistas, jornalistas-blogueiros e blogueiros na campanha eleitoral. Mas antes de examinar o modo como esse valor é atualizado, vamos nos deter um momento nesse espaço que entrelaça *blogs* e jornais na disputa pela definição da *opinião pública*.

Tendo sido inicialmente constituídos como diários *online*, os *blogs* assumiram as mais diferentes formas e finalidades com o tempo mantendo, talvez, como seu único traço comum o de permitir a exposição de percepções, ideias e tomadas de posição individuais em contraposição a discursos que

guardam características distintas de fóruns, listas de discussão e comunidades em redes sociais e, por isso, escapam às ponderações que fiz anteriormente, pois todas estas plataformas são marcadas pela associação de indivíduos em torno de temas e interesses, e as posições ali expressas estão sujeitas ao debate e ao contraditório, ao passo que as correntes de e-mails expressam e formam redes de relações entre indivíduos por onde circulam mensagens que são apreendidas positivamente, negativamente ou indiferentemente de forma individual. As correntes de e-mail são possíveis graças a um capital social que se manifesta na confiança depositada naqueles que circulam os e-mails. Na interpretação de Vianna, é nesta porção do ciberespaço que se realizaram os efeitos mais deletérios à reputação de Dilma Rousseff. Infelizmente, essa é uma hipótese inverificável no escopo dessa pesquisa.

⁷ A rigor, esta ambiguidade não é estranha à própria constituição do conceito de esfera pública em Habermas, posto que esta aparece em sua obra ao mesmo tempo como um fato e como um valor. E se, como valor, Habermas aspira à constituição de um espaço de diálogo livre e racional; como fato, a sua investigação da esfera pública burguesa mostra como esta é historicamente atravessada pelas assimetrias derivadas da estrutura de classes e de concentração de poder.

são veiculados por instituições⁸. Os *blogs* se difundiram rapidamente e se tornaram, em termos do investimento em produzir conteúdos e em termos de acesso e visualização por internautas, um dos fenômenos mais importantes do ciberespaço. Nesse sentido, os *blogs* são expressão da horizontalidade que caracteriza a organização em rede da *internet* e permitem a descentralização da produção de informação e opinião, alargando a esfera pública.

Em termos abstratos, seria possível opor a proliferação anárquica e horizontal dos *blogs* à centralização hierárquica da imprensa de massa. De fato, existem blogueiros sem nenhuma inserção em empresas jornalísticas e jornalistas que não constituem *blogs*, assinando tão somente matérias em jornais. Contudo, essa distinção é limitada, uma vez que os jornais *offline* foram as primeiras grandes empresas a se instalarem de forma continuada no ciberespaço. Praticamente todos os grandes jornais e revistas possuem versões *online* de sua produção *offline*, e seus principais colunistas possuem também *blogs* ou, ao menos, colunas eletrônicas que se aproximam bastante do formato do *blog*, na medida em que possuem periodicidade diária ou semanal e que possuem uma seção de comentários. Por isso, não é de estranhar que alguns dos blogueiros mais conhecidos e lidos são também colunistas em jornais publicados *offline*, pois a visibilidade e o prestígio do jornal se transferem, em parte, para o blogueiro. De um modo geral, hoje em dia os *blogs* e *microblogs* são, para os jornalistas, quase que uma extensão de seu trabalho *offline*.

Como nomear essas conexões em rede que ligam desde estruturas verticais que concentram uma grande quantidade de recursos materiais, humanos e simbólicos, como os jornais; até blogueiros sem formação jornalística, ainda que dotados de capital simbólico, que produzem e sustentam seus *blogs* de forma quase completamente individual; passando por todas estas categorias intermediárias que procurei resumir no termo jornalista-blogueiro? Antes de proceder a uma tentativa de resposta observemos que a pergunta se contrapõe às abordagens que insistem numa dicotomia jornais/*blogs* e numa horizontalidade da blogosfera. Ao contrário, jornais e *blogs* estão enredados em conexões às vezes fortes, às vezes fracas, e a rede mesma da blogosfera não é formada por pontos de mesma densidade e prestígio.

⁸ Alguns autores vão definir os *blogs* como *selfmedia*, indicando com esta expressão tanto os aspectos de uma produção que é feita a partir de esforços individuais quanto o fato de o *blog* ser um espaço de exposição do eu.

Ao invés de uma definição totalizante dessas conexões, creio que o mais interessante no momento é delinear aquilo que a etnografia nos permite apreender: uma região do ciberespaço formada provisoriamente pelo adensamento de determinadas conexões, na medida em que por ela circulam embates e informações críticas à compreensão e à intervenção na campanha eleitoral.

Vimos mais atrás que a campanha presidencial de 2010 permitiu o entrelaçamento das disputas parlamentares na definição de leis e das disputas no interior da burocracia em torno das políticas públicas com a própria dinâmica eleitoral. Um dos efeitos desse entrelaçamento foi a politização de conexões anteriormente estabelecidas na *internet*, cujo sentido fundamental não era político. É o caso das correntes de *e-mail*, das redes sociais, dos fóruns e listas de discussão que, como vimos, foram subitamente atravessados pela luta política. Por outro lado, a análise dos *blogs* e jornais mostra que a campanha eleitoral propiciou a expansão e intensificação daquelas conexões *online* cujo sentido fundamental já era o do embate político.

Como assinala Claudio Penteadó:

Os *blogs* de política começam a ganhar destaque dentro do jogo político contemporâneo, seja como ferramenta de promoção de candidatos, seja como novo espaço para a realização do debate político, criando esfera alternativas aos meios de comunicação tradicionais e os canais institucionais (partidos políticos), ou então como novos atores políticos que atuam na produção, transmissão e difusão de informações e análises políticas. (Penteadó, 2011)⁹.

E as conexões estabelecidas em torno do embate político entre estes três personagens (blogueiros, jornalistas e jornalista-blogueiros) são feitas em torno das ações de ataque e defesa das candidaturas em disputa, (ou mais especificamente daquilo que elas representam em termos de projeto para o país). Contudo, ambos os movimentos materializam igualmente a disputa pelo papel de vocalizar, por meio da publicização de informações e ideias, a *opinião pública*. Assim, àquelas disputas anteriormente referidas, a campanha eleitoral galvanizou mais uma: a da definição do bom uso da prática jornalística e de seu corolário, a crítica às tentativas de fabricar a opinião pública.

⁹ Ver <http://www.comunicacaoepolitica.com.br/blog/2011/04/blogosfera-e-o-debate-politico-por-claudio-penteadó/> Página acessada em 28/05/2011.

Existe toda uma reflexão acumulada sobre o modo como a comunicação mediada por computador, a constituição da *internet* e o avanço tecnológico tem produzido uma democratização dos meios de produção e publicização da informação, da imagem e dos discursos, e como todas essas mudanças estão transformando a prática jornalística. Contudo, nesta literatura, por vezes se entrelaçam o descritivo e o normativo, a investigação e a projeção das mudanças. É papel da etnografia revelar o modo concreto como essas transformações estão acontecendo, e as disputas em torno da eleição de 2010 são reveladoras nesse sentido, pois ali as transformações nos meios de produção dos discursos jornalísticos se articularam a uma disputa mesma pela definição do que é o bom jornalismo.

Como mostram Bolaño e Britto (2010), ao analisarem a eleição presidencial brasileira de 2006, os *blogs* jornalísticos foram capazes de influenciar a grande imprensa e o debate público. E uma das razões para o investimento de jornalistas em *blogs* foi a possibilidade de construírem uma posição autônoma diante das grandes empresas jornalísticas e sua concentração de recursos de produção e publicização da notícia. Os autores assinalam ainda que as novas ferramentas e o ambiente colaborativo construído por meio da *internet* propiciaram a “uma elite de intelectuais jornalistas, a recuperação da capacidade de ação crítica a serviço dos velhos ideais da profissão, contra os interesses oligopolistas da grande imprensa” (Bolaño e Britto, 2010, p. 244). De modo que a confluência entre as ferramentas de democratização da informação oferecidas pela *internet* e a dinâmica da disputa eleitoral propiciaram as condições de um enfrentamento entre jornais e jornalistas e a desconstrução crítica da produção jornalística da grande imprensa. O uso disseminado entre os blogueiros que apoiavam a candidatura de Dilma Rousseff da sigla PIG (partido da imprensa golpista) para se referir a determinados jornais e revistas de maior circulação revela bem o modo como se combinaram crítica política e crítica jornalística.

Esse embate foi bem descrito por Araújo, Penteadó e Santos (2011), que afirmam:

As acusações contra Dilma provocaram uma imediata reação de seus partidários e simpatizantes, que acusavam os grandes meios de comunicação de fazer uma campanha sistemática para desestabilizar a candidatura petista e servir aos interesses de

José Serra. Esse embate, encontrou no universo digital da Internet, um campo de contestação das informações publicadas, promovendo um intenso debate que foi além da disputa partidária, colocando em oposição os críticos das grandes empresas de comunicação e os representantes desses setores. O primeiro grupo acusava os meios de comunicação por atuarem de forma partidária em favor da candidatura tucana, produzindo “factóides” com o interesse de enfraquecer a campanha de Dilma, agindo de forma golpista. Alguns outros, com uma postura mais radical, chegavam a chamar os grandes veículos de comunicação de PIG – Partido da Imprensa Golpista, termo que se espalhou com rápida velocidade na Internet. O segundo grupo, encabeçado pelas grandes empresas de mídia tradicional, representados pelos profissionais da área, acusava o governo de censura, afirmando que os petistas eram contra a liberdade de imprensa, patrocinando “pseudojornalistas” para defenderem o governo. Existe uma relação conflituosa entre a mídia tradicional e a Internet sob diferentes aspectos”. (Araújo, Penteadó e Santos, 2011, p. 3)

Contudo, para além de uma simples oposição veremos que essas disputas, que se reeditaram em 2010, representam uma reconfiguração e um alargamento do campo jornalístico no qual *blogs* e jornais se encontram numa relação desigual, marcada, ao mesmo tempo, por situações de oposição, complementaridade e ressonância.

A cronologia do caso o aborto de Mônica Serra

As condições que transformam um conjunto de eventos no *caso do aborto de Mônica Serra* residem na articulação de três lutas, a saber: 1) a disputa eleitoral que opôs as campanhas da candidata do PT, Dilma Rousseff, e do candidato do PSDB, José Serra; 2) o embate entre grupos de defesa dos direitos humanos e grupos religiosos; e 3) e as disputas político-jornalísticas envolvendo blogueiros, jornalistas e jornalista-blogueiros. O que faremos agora é descrever os momentos desse caso, de modo a observar as conexões que articulam jornais, *blogs* e outras mídias nesse campo político-jornalístico alargado que se constituiu durante a eleição presidencial.

“Ela é a favor de matar as criancinhas”, disse a mulher de Serra

O primeiro evento do *caso* é a publicação de uma reportagem de Gabriela Moreira da *Agência Estado* e do jornal *Estado de São Paulo*. A jornalista fazia a cobertura diária da campanha eleitoral e seguia o candidato a vice e a esposa de José Serra. A matéria foi publicada em 14 de setembro na edição *online* do jornal, e trazia o seguinte texto:

Anunciando a quem passasse: “Sou a mulher do Serra e vim pedir seu voto”, Mônica Serra, passou a tarde de hoje em Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense, acompanhada do candidato a vice na chapa encabeçada por José Serra (PSDB), Índio da Costa (DEM). Na cidade que foi governada pelo candidato ao senado Lindbergh Farias, do PT, nos últimos cinco anos, a mulher de Serra partiu para o ataque à adversária do marido, a petista Dilma Rousseff. A um eleitor evangélico, que citava Jesus Cristo como o “único homem que prestou no mundo” e que declarou voto em Dilma, a professora afirmou que a petista é a favor do aborto. “Ela é a favor de matar as criancinhas”, disse a mulher de Serra ao vendedor ambulante Edgar da Silva, de 73 anos¹⁰.

A matéria foi publicada na edição *online* do jornal à noite e pouco depois já circulava nos *blogs* que apoiavam a candidatura de Dilma Rousseff, como o *Blog* do Nassif, o *Viomundo*, o *Conversa Afiada* e o *Dilma na rede*, entre outros. A matéria foi replicada também, horas depois, no portal R7, no portal IG e na Revista *Veja*. Apesar de replicada, a matéria teve mais atenção entre blogueiros que jornalistas, o que pode ser explicado em parte, pelo fato de que naquele momento havia um grande investimento na mídia dedicada à campanha eleitoral nas acusações de corrupção contra a ministra da casa civil Erenice Guerra¹¹.

Vejamos os títulos que a matéria recebe em cada veículo:

- *O Estado de São Paulo*/Agência Estado:
Mulher de Serra faz campanha no Rio e ataca Dilma
- *Revista Veja*
Sou mulher do Serra e vim pedir seu voto.
- Portal IG:
Mulher de Serra diz que Dilma “é a favor de matar as criancinhas”
- Portal R7:
Mulher de José Serra faz campanha no Rio e ataca Dilma
- *Blog* do Nassif, do jornalista Luis Nassif:
Mônica Serra: Dilma é a favor de matar criancinhas
- *Blog* Vi o Mundo, do jornalista Luiz Carlos Azenha:
Mônica Serra embarca na baixaria e dá razão a Rodrigo Vianna

¹⁰ Ver <http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,mulher-de-serra-faz-campanha-no-rio-e-ataca-dilma,609885,0.htm>. Página acessada em 15/10/2010.

¹¹ Para um exame do caso Erenice Guerra na campanha eleitoral, remeto o leitor ao já citado trabalho de Araújo, Penteadó e Santos (2011).

- *Blog Conversa Afiada*, do jornalista Paulo Henrique Amorim: Mulher de Serra diz que Dilma apoia matar criança
- *Blog Dilma na rede*, rede social de apoio a Dilma Rousseff: Mônica Serra: “Dilma é a favor de matar crianças”

Como podemos ver, os títulos apresentam diferenças que vão de uma apresentação neutra das afirmações até uma francamente crítica. Contudo, a despeito da diferença nos títulos, o conteúdo da matéria é o mesmo. Todos reproduzem a matéria da jornalista da agência Estado. Isso nos permite relativizar a ideia de uma simples oposição entre grandes jornais e blogueiros independentes, uma vez que as notícias produzidas pelos grandes jornais formam uma parcela fundamental da produção e da reflexão dos *blogs* políticos, tanto os que se opõem aos grandes jornais quanto os que estão ali situados. É a isso que me refiro quando falo em uma relação de ressonância entre os diversos pontos dessa rede. Um segundo aspecto é que essa ressonância não ocorre com a mesma intensidade em todas as direções. Um dos indicadores da assimetria entre grandes jornais e blogueiros em matéria de capacidade de produzir e veicular notícias (o “capital da notícia”) é o fato de que os textos produzidos pelos grandes jornais estão presentes, em maior ou menor número, no *blogs*, mas o contrário não é verdadeiro. Assim, o espaço alargado dessa esfera pública jornalística não é homogêneo nem horizontal, mas é estruturado de modo assimétrico por força do “capital da notícia”.

Mas a relação dos blogueiros que são críticos dos grandes jornais com as notícias que estes produzem, apesar de assimétrica, não é passiva. Ao contrário, jornalistas blogueiros como Luis Nassif são responsáveis por um trabalho metódico e contínuo de desconstrução crítica dos discursos considerados tendenciosos dos grandes jornais¹².

Na campanha eleitoral de 2010, uma afirmação traduz bem isso que foi considerado por muitos blogueiros e jornalistas como parcialidade da imprensa. Trata-se da declaração de Maria Judith Brito, presidente da Associação Nacional de Jornais (ANJ) e executiva do grupo *Folha de S. Paulo*, publicada no jornal *O Globo*, em que ela afirma:

¹² A série de reportagens que Nassif dedicou ao exame da revista *Veja* em 2008 formam a referência mais consistente da crítica jornalístico-blogueira ao entrelaçamento entre interesses econômicos, políticos e a produção da notícia nos grandes jornais e revistas no Brasil contemporâneo. Cf. <http://sites.google.com/site/luisnassif02/>

A liberdade de imprensa é um bem maior que não deve ser limitado. A esse direito geral, o contraponto é sempre a questão da responsabilidade dos meios de comunicação e, obviamente, esses meios de comunicação estão fazendo de fato a posição oposicionista deste país, já que a oposição está profundamente fragilizada. E esse papel de oposição, de investigação, sem dúvida nenhuma incomoda sobremaneira o governo. (*O Globo*, 18/3/2010)

Em um artigo no *site Observatório da Imprensa*, o jornalista Washington Oliveira examinou detalhadamente essa afirmação e ao final concluiu:

(...) entendo como papel da mídia atividades como registrar, noticiar os fatos, documentar, fiscalizar os poderes, denunciar abusos e permitir à população uma compreensão mais ampla da realidade que nos abarca. Neste rol de funções não contemplo o de ser porta-voz de partido político, seja este qual for”. (*Observatório da Imprensa*, 20/4/2010)¹³.

Então, se a própria presidente da ANJ afirmou de modo tão explícito a partidarização dos grandes jornais, como explicar que os blogueiros tomem as notícias produzidas pelos grandes jornais não apenas como alvo de crítica, mas como informação verdadeira a ser utilizada criticamente, como vimos no caso da declaração de Mônica Serra?

Parece-me que são três as respostas a essa pergunta. Em primeiro lugar, a própria assimetria envolvida no “capital da notícia” torna a produção dos grandes jornais uma fonte incontornável de informação. Nesse caso, essa informação tem de ser submetida a um exame crítico para separar o joio do trigo, e essa triagem demanda uma combinação de conhecimento jornalístico que muitos jornalistas-blogueiros possuem com conhecimento especializado que pode ser obtido junto a diversos microespecialistas que são acessíveis graças à grande capilaridade da própria blogosfera¹⁴.

A segunda razão, é que jornais não são máquinas uniformes que produzem um discurso homogêneo. Ao contrário, a diversidade e a competição

¹³ <http://www.observatoriodaimpresa.com.br/news/view/a-imprensa-como-partido-politico>.

¹⁴ Assim, um leitor que é também especialista em um tema específico, como transporte de produtos químicos, ou produção cultural, ou doenças coronarianas, p. ex., pode oferecer sua expertise ao blogueiro-jornalista no exame de uma situação concreta. Esse é um procedimento padrão do jornalismo que, de um lado, é muitas vezes obstado na grande imprensa pela busca do grande especialista capaz de discorrer sobre qualquer assunto, ao passo que é potencializado nos *blogs* pela natureza colaborativa da produção de conhecimento em rede.

entre os jornalistas associada à produção da verdade como um valor que legitima o trabalho jornalístico produz uma relativa autonomia deste diante das definições oriundas da direção dos jornais. Nesse sentido, a repórter Gabriela Moreira fez uma escolha consciente de publicizar o comentário de Mônica Serra sobre Dilma Rousseff e o aborto, e a editoria de colocar a matéria *online*. E, de fato, declarações polêmicas numa disputa política constituem a matéria-prima básica da atividade jornalística. Como vimos, o que poderia ser uma matéria protocolar sobre um dia de campanha virou objeto de inúmeros comentários na *internet* e algo que viria a desempenhar um papel importante na própria disputa eleitoral.

A terceira razão está, paradoxalmente, na própria definição que Maria Judith Brito dá à atividade jornalística como sendo caracterizada por uma postura de oposição ao governo. Essa concepção remete a considerações que fiz mais atrás sobre a *opinião pública* como valor, e ao modo como se define, a partir daí, a exigência de uma crítica constante aos grandes interesses econômicos encastelados no estado ou de forma monopolista no mercado. É desse ponto de vista que blogueiros instalados em grandes jornais vão acusar seus adversários na *internet* de serem cooptados pelo governo brasileiro. Inverte-se o sentido da acusação PIG, definida agora como partido da imprensa governista, e a oposição que a grande imprensa afirma realizar é aquela da sociedade civil contra o estado, e não de um partido contra o outro.

Enfim, seja convicção jornalística ou disfarce ideológico, a verdade é que a oposição tomada como um valor do jornalismo tem sido responsável pela investigação de uma série de acusações de corrupção nas últimas décadas e de associação ilícita entre interesses políticos e econômicos. E pelo menos uma parte dos resultados dessas investigações tornou-se matéria-prima das análises dos blogueiros-jornalistas, mesmo que outra parte seja considerada “escandalização seletiva”.

Quem é você que não sabe o que diz? Meu Deus do céu, que palpite infeliz

Passemos agora ao conteúdo da declaração de Mônica Serra, registrada pela repórter. A afirmação de que a candidata Dilma Rousseff era “a favor de matar as criancinhas” representou um curto circuito de várias dimensões. A primeira delas é a que mantinha em espaços diferentes a campanha

oficial da candidatura José Serra e o envio de mensagens por *email* ou pelas redes sociais, com informações sobre a “Dilma abortista”, “Dilma terrorista”, “Dilma contra Jesus”.

Nas palavras do jornalista Alexandre Campbell:

No início, o candidato do PSDB à Presidência, José Serra, poderia ser acusado apenas de estar surfando na onda “aborto”, incorporando um discurso conservador e carola (que não faz parte da sua biografia) para tirar proveito eleitoral. Mas diversos elementos começaram a sugerir que a campanha tucana era responsável por trazer o tema, que não fazia parte da agenda política, para o centro de disputa. Petistas começaram a difundir a suspeita que o disparo de e-mails com ataques anônimos à candidata Dilma e ao PT partia do comitê tucano. (Campbell, 18/10/2010)¹⁵

A declaração de Mônica Serra forneceu indícios de que os ataques anônimos com base na pauta religiosa eram, de fato, uma estratégia oculta da campanha do marido. Como esposa do candidato, esse indício levava a suspeita ao coração da campanha tucana. Veremos, mais adiante, os desdobramentos disso.

Quero chamar a atenção do leitor, agora, para o fato de que a acusação de *baixaria* dirigida à declaração de Mônica Serra dizia respeito ainda a uma outra separação que entrava em colapso, aquela que distingue as dimensões pública e privada dos próprios candidatos. Isto porque, talvez movida pelo desejo de simplificar e aproximar dos leitores as críticas à candidatura petista, Mônica Serra estabeleceu em sua frase uma conexão entre Dilma Rousseff e o aborto não como uma perspectiva política e pública, mas como uma posição pessoal da candidata. A associação mesma entre feto e criancinha é uma estratégia de pessoalização que visa atingir os afetos e os valores do interlocutor. Assim, Dilma foi acusada de ser pessoalmente favorável ao aborto, o que ligado a uma outra imagem presente na campanha feita através de *e-mails* e redes sociais, a da terrorista sanguinária, permitia a produção da imagem de uma assassina de criancinhas.

Esse colapso da distinção entre público e privado está presente também na natureza das duas campanhas. Isto porque enquanto a primeira é veiculada através de canais públicos, a outra se beneficia das redes de relações

¹⁵ <http://www.blogdocampbell.com.br/2010/10/policia-federal-apreende-propaganda.html#ixzz1OnTfx7wo>

privadas construídas através da *internet*, como são os cadernos de contatos dos *e-mails* e as associações de indivíduos em torno de fóruns e comunidades virtuais. Neste sentido, o privado é tanto o meio quanto o alvo da luta política, uma vez o caráter que se atribui aos candidatos tem impacto sobre a confiança e o voto depositados nele, ao mesmo tempo em que é especialmente nas relações privadas que se constitui a possibilidade de se produzir juízos sobre esse caráter. Nestes termos, as correntes de *e-mail* se aproximam da fofoca em seu duplo aspecto de juízo feito sobre o caráter que só é legítimo porque é construído em condições de proximidade pessoal dos agentes. As correntes de *e-mail* mimetizam a fofoca ainda em um outro aspecto: a confidencialidade que empresta legitimidade ao que é dito¹⁶.

A ida ao segundo turno e o primeiro debate

Durante boa parte do mês de setembro, a candidata Dilma Rousseff manteve uma margem confortável nas intenções de voto diante da soma de seus adversários, segundo as pesquisas de opinião. Alguns institutos de pesquisa chegaram a dar como certa a vitória da candidata em primeiro turno. Todavia, alguns blogueiros, como o já citado Rodrigo Vianna, insistiam que havia uma ameaça em torno do discurso religioso instrumentalizado nos ataques à reputação de Dilma Rousseff. Seja por essa razão, seja por força do *caso Erenice Guerra*, ou simplesmente porque aumentou o número de eleitores indecisos na reta final, o fato é que a expectativa de vitória em primeiro turno não se realizou em 3 de outubro, ainda que a candidata do PT tenha obtido cerca de 47% dos votos válidos. E, nas avaliações que se seguiram, ganhou destaque a ideia de que houve um erro estratégico da candidata ao se recusar a responder publicamente aos ataques de cunho religioso, feitos ao largo da campanha oficial.

Havia razões para a recusa da candidata até então. Ela gozava de uma boa vantagem nas pesquisas e responder *offline* aos ataques sem rosto que aconteciam *online* parecia um equívoco, na medida em que trazia uma pauta negativa para a campanha. Prevalecia também a ideia de que a *internet* não era tão importante, nos rumos da campanha. A *media* considerada mais importante era a televisão. Obviamente, os blogueiros que apoiavam

¹⁶ Para um apanhado da fofoca como mecanismo de controle social, ver Comerford (2003) e Elias (2000). Para a análise das mutações da privacidade e da identidade no ciberespaço, ver Solove (2007) e Turkle (2008).

Dilma e que possuíam um intenso ativismo *online* não podiam pensar assim. E creio que eles estavam certos. Isto porque o que os estrategistas da campanha de Dilma menosprezaram foi o fato de que o jornalismo desempenha um relativo, mas não desprezível, papel de mediação entre os eleitores e a campanha como construção publicitária. E, sob impacto da blogosfera, as relações de força que compõem o discurso jornalístico acontecem agora numa esfera pública ampliada que inclui não apenas as mídias tradicionais, como a televisão, o rádio, o jornal impresso, mas também os *blogs* e *microblogs*, e outras plataformas de comunicação na *internet*.

Por conta dessa situação de quase vitória com gosto de derrota, a expectativa era grande sobre o comportamento dos dois candidatos no primeiro debate televisionado do segundo turno. Uma das suposições correntes era de que o candidato que estava na frente deveria ter nos debates uma postura propositiva e evitar embates mais duros com o adversário. Isso implicaria, no caso de Dilma Rousseff, em evitar abordar as críticas recebidas até então. O debate ocorreu em 10 de outubro de 2010, na TV Bandeirantes e, para surpresa geral, a candidata foi bastante crítica e acusou a campanha de José Serra (PSDB) de estar por trás de uma *campanha de difamação* levada a cabo na *internet*, citando especialmente o papel exercido pelo vice do candidato José Serra, Índio da Costa, na disseminação de acusações de cunho religioso. Mas o ponto alto dessa crítica foi a referência ao episódio em que a esposa de Serra a acusava de “matar criancinhas”. Essa passagem foi bastante comentada na análise do debate, especialmente pelo fato de José Serra não ter se referido à sua esposa na resposta.

O *site Folha.com* descreveu assim o debate:

Adotando um tom mais agressivo do que em debates anteriores, Dilma acusou a mulher do oponente, Mônica Serra, de usar o tema do aborto para caluniá-la.

“Sua esposa, Mônica Serra, eu vou dizer o que ela falou: a Dilma é a favor da morte de criancinhas. Isso é um absurdo”, disse ela no segundo bloco.

Antes, no primeiro bloco, já havia tocado no assunto. “Acho gravíssimo a fala da sua senhora”.

Serra não respondeu à acusação sobre sua mulher. (*Folha.com*, 11/10/2010¹⁷)

¹⁷ <http://www1.folha.uol.com.br/poder/812835-com-trocas-de-acusacoes-dilma-e-serra-travam-duelo-mais-duro-da-campanha.shtml>

É interessante observar que Dilma Rousseff recuperou o curto circuito entre a campanha paralela e a oficial, e entre público e privado, nesses comentários. De fato, ela instalou aquilo que nomeou como *campanha difamatória* no próprio universo privado do candidato, ao remetê-la à sua esposa. Não podemos esquecer que na simbologia mais geral dos gêneros, cabe ao homem a presença na esfera pública e da mulher na esfera privada. Por fim, a ausência de resposta direta de Serra parece ter sido associada a uma incapacidade dele em defender adequadamente esse universo privado das acusações de difamação e, como tal, de defender a reputação de sua mulher e a sua própria, por decorrência. Na verdade, a única resposta veio da própria Mônica Serra, que quando inquirida pela repórter Nara Alves, do portal iG São Paulo, no intervalo do debate afirmou “não saber” sobre o que a ex-ministra se referia ao mencioná-la em uma resposta sobre aborto. Insisto nesse último ponto porque ele viria a desempenhar um papel importante a seguir.

Memórias íntimas em torno de um aborto (ou: mais um curto circuito entre privado e público)

A pessoalização do aborto, i. e., a estratégia de emprestar a condição de pessoa ao feto e de discuti-lo em termos de experiência individual, real ou projetada, se contrapõe frequentemente a uma outra estratégia que consiste tomar o aborto de forma objetiva e coletiva, nos termos de um problema de saúde pública. Tratar o aborto em termos pessoais no debate eleitoral é uma aposta arriscada, na medida em que diluem-se as fronteiras entre público e privado e a reputação dos candidatos vai para primeiro plano, ficando sujeita ao inimigo primordial de toda a reputação: a fofoca.

Desde o fim do debate começaram as especulações sobre quem teria sido vitorioso. Vários jornais *online* e *blogs* disponibilizaram ferramentas de votação para os internautas. A dinâmica de avaliação do debate desempenha um papel importante na construção de expectativas sobre o desempenho eleitoral dos candidatos. E essa avaliação é construída por meio de uma combinação entre resultados de pesquisa de opinião e a própria produção discursiva dos jornalistas. E, como já vimos, essa produção jornalística acontece numa esfera alargada pela *internet*.

Na manhã do dia 11 de setembro, seguinte ao debate, uma usuária da rede social *Facebook*, identificada em seu perfil como Sheila Canevacci Ri-

beiro, postou uma nota aberta a todos os usuários da rede, intitulada “Respeitemos a dor de Mônica Serra”. O texto da nota dizia:

Meu nome é Sheila Ribeiro e trabalho como artista no Brasil. Sou bailarina e ex-estudante da Unicamp, onde fui aluna de Mônica Serra.

Aqui venho deixar a minha indignação no posicionamento escorregadio de José Serra, que, no debate de ontem, fazia perguntas com o intuito de fazer sua campanha na réplica, não dialogando em nenhum momento com a candidata Dilma Rousseff. Achei impressionante que o candidato Serra EVITA tocar no assunto da DESCRIMINALIZAÇÃO do aborto, evitando assim falar de saúde pública e de respeitar tantas mulheres, começando pela SUA PRÓPRIA MULHER. Sim, Mônica Serra já fez um aborto e sou solidária a sua dor.

Com todo respeito que devo a essa minha professora gostaria de revelar publicamente que muitas de nossas aulas foram regadas a discussões sobre o aborto, sobre o seu aborto traumático. Mônica Serra fez um aborto. Na época da ditadura, grávida de 4 meses, Mônica Serra decidiu abortar, pois seu marido estava exilado e todos vivíamos uma situação instável. Aqui está a prova de que o aborto é uma situação terrível, triste, para a mulher e para o casal, e por isso não deve ser crime, pois tantas são as situações complexas que levam uma mulher a passar por essa situação difícil. Ninguém gosta de fazer um aborto, assim como o casal Serra imagino não deve ter gostado. A educação sobre a contracepção deve ser máxima para que evitemos essa dor para a mulher e para o estado. Assim, repito a pergunta corajosa de minha presidente, Dilma Rousseff, que enfrenta a saúde pública cara a cara com ela: se uma mulher chega em um hospital doente, por ter feito um aborto clandestino, o estado vai cuidar de sua saúde ou vai mandar prendê-la? Nesse sentido, devemos prender Mônica Serra caso seu marido fosse eleito presidente? Pelo Brasil solidário e transparente que quero, sem ameaças, sem desmerecimento da fala do outro, com diálogo e pelo respeito a dor calada de Mônica Serra.¹⁸

Na noite do mesmo dia 11, referências ao texto começaram a circular na ferramenta de *microblogs* *Twitter* e nos comentários feitos em postagens nos *blogs* de apoio à candidatura Dilma Rousseff. A recepção à informação foi ambígua. Alguns postavam a notícia com entusiasmo, outros comentaristas e, sobretudo, os responsáveis pelos *blogs* receavam que a informação fosse falsa e que, uma vez divulgada ali, fosse identificada como um ataque

¹⁸ Uma reprodução da nota original pode ser encontrada aqui: <http://noticias.terra.com.br/eleicoes/2010/noticias/0,,014738103-E115311,00-O+que+Sheila+Ribeiro+escreveu+em+seu+Facebook.html>

da campanha da Dilma à vida privada de José Serra. Na dinâmica algo paranoica da disputa eleitoral, temia-se que a campanha de Serra tivesse plantado uma acusação falsa para que o ônus da *campanha difamatória* recaísse sobre Dilma Rousseff.

Um exemplo entre vários dessa dinâmica ambígua pode ser visto no comportamento dos responsáveis pelo *site NovaE*, que é definido por seus organizadores como “uma revista pluralista na divulgação de ideias e conceitos a respeito de *Internet*, nova economia, cibercultura, ativismo, cultura, literatura, mídia, comportamento, filosofia, nova consciência e cidadania”. Em uma nota publicada no dia 16 de outubro, os administradores do *site* faziam um *mea culpa* por terem colocado em dúvida de forma veemente a veracidade do relato de Sheila Ribeiro. Seguem alguns trechos da nota:

Em relação à revelação repercutida em todos os jornais confirmando a veracidade da carta de Sheila Ribeiro sobre o aborto de Mônica Serra, a NovaE – que no dia 12 colocou em dúvida o material com o argumento que o mesmo continha características de ser um spam plantado por adversários da candidatura do PT, tanto na forma, como no método de divulgação – esclarece a seus leitores alguns pontos importantes:

- 1- A NovaE se pauta por assuntos programáticos e no debate saudável, se colocando contra todos os boatos em relação às candidaturas. Tenta se manter nesta linha mesmo um ambiente conturbado em virtude, principalmente, de diversos trolls da campanha serrista.
- 2- A NovaE não reconhece enfoques religiosos e moralistas como algo relevante no debate eleitoral.
- 3- Com milhares de fakes, spams, boatos, informações e contrainformações contaminando o ambiente da Internet visando confundir o eleitor em relação a candidatura Dilma, a NovaE lamenta ter sido também envolvida por este ambiente. Neste episódio preferiu desconfiar de uma grande armação para derrubar a Dilma, o que foi um equívoco da NovaE, conforme está sendo confirmado por outros meios de comunicação. Pedimos desculpas publicamente pelo ocorrido¹⁹.

Aqui se revela bem os dois elementos que definem a ambiguidade com que a notícia foi tratada na blogsfera dilmista. De um lado, há todo um conhecimento acumulado acerca das formas de anonimato e manipula-

¹⁹ <http://www.novae.inf.br/site/modules.php?name=Conteudo&pid=1659>

ção de identidades que são características de boa parte da interação *online* e que são fortemente mobilizados em ambientes de disputa eleitoral. São os *fakes* e *spams* a que se refere a nota, os quais poderiam ser parte de uma armadilha. De outro lado, há o temor e a vergonha de tirar proveito e mesmo amplificar a exposição de uma mulher que fez um aborto.

Essa ambiguidade esteve presente em vários *blogs* que chegaram a atestar a veracidade do depoimento, mas ficaram temerosos de divulgar suas informações. Aí já não estava em jogo o temor da armadilha, mas da dificuldade moral de expor o assunto. E foi um jornal pouco conhecido e predominantemente *online*, o Correio do Brasil, quem rompeu a ambiguidade ao dar um tratamento jornalístico ao assunto e entrevistar Sheila Ribeiro e outras ex-alunas de Mônica Serra. O jornal publicou matérias nos dias 13 e 14 de outubro²⁰. Ali, Sheila reafirmou sua narrativa, contando com o testemunho de outras colegas que faziam parte das aulas com Mônica Serra e assinalou sua indignação com o candidato do PSDB:

Pior do que isso foi o silêncio do Serra, que deveria ter saído em defesa da mulher, fosse qual fosse a situação em que se encontrava ali, diante das câmeras – emendou a ex-aluna de Mônica Serra. (*Correio do Brasil*, 14/10/2010)

Eu afirmei mais acima que existe uma estratégia de combate ao aborto que recorre à personalização do feto, aproximando-o da “criancinha”. Mas há uma outra, de defesa do aborto, que passa pela pessoalização da mulher, concebida a um só tempo como vítima da condição que leva ao aborto e da criminalização da prática, e como sujeito do controle do próprio corpo. Como um híbrido, Mônica Serra habitava os dois mundos ao mesmo tempo, exigindo que se equilibrassem a crítica e a solidariedade, o que aparece no ambíguo título da nota de Sheila Ribeiro. Numa entrevista posterior, Sheila aborda essa ambiguidade, desde uma perspectiva feminista:

Escrevi uma reflexão, depois de assistir a um debate televisivo onde a figura simbólica de Mônica Serra surgiu. Ali uma incongruência: a pessoa que lutou na ditadura

²⁰ <http://correiodobrasil.com.br/monica-serra-ja-fez-um-aborto-e-sou-solidaria-a-sua-dor-afirma-ex-aluna-da-mulher-de-presidenciavel/185824/> e <http://correiodobrasil.com.br/ex-alunas-de-monica-serra-confirmam-relato-sobre-aborto/186052/>

e que foi vítima de repressão como mulher (com evento trágico naquele caso, pois que nem sempre o aborto é trágico quando é legalizado e normalizado) versus a mulher que luta contra a descriminalização do aborto com as frases clássicas do “estão matando as criancinhas”. Quem a Mônica Serra estaria escolhendo ser enquanto pessoa simbólica? Se é que tem escolha – foi minha pergunta. (*Correio do Brasil*, 13/10/2010)

Mas há uma razão ainda mais forte por detrás da ambiguidade dos *blogs* dilmistas diante da discussão do aborto. Tanto PSDB quanto PT são partidos construídos com uma forte presença do ideário feminista. De fato, uma das razões que emprestaram credibilidade ao relato de Sheila Ribeiro foi o fato de que ela pertence a uma genealogia feminista que vai até o coração do PSDB paulista. Como nos informa a jornalista Mônica Bergamo, Sheila é filha de Majô Ribeiro, que foi aluna de mestrado na USP de Eva Blay, suplente de Fernando Henrique Cardoso no Senado em 1993. Majô foi pesquisadora do Núcleo de Estudos da Mulher e Relações Sociais de Gênero da USP, fundado pela primeira-dama Ruth Cardoso (1930-2008). E o modo como o aborto foi usado como arma no debate eleitoral ultrapassou limites estabelecidos na história do próprio PSDB, ao mesmo tempo em que impôs limites ao uso que os petistas e seus simpatizantes poderiam fazer do episódio.

A ambiguidade foi finalmente resolvida em 16 de outubro quando Mônica Bergamo, jornalista da *Folha de S. Paulo*, praticamente reproduziu os passos do *Correio do Brasil* ao entrevistar Sheila Ribeiro e suas ex-colegas, e publicou a matéria intitulada “Mônica Serra contou ter feito aborto, diz ex-aluna”²¹. Com a publicação da história em veículo da grande imprensa, os *blogs* dilmistas passaram a tratar mais livremente o assunto, e o caráter híbrido de Mônica Serra se resolveu em uma única palavra: hipocrisia.

De fato, a ultrapassagem, por parte da candidatura José Serra, dos limites que separam o estado laico das crenças religiosas, e o público do privado, parece tê-lo tornado sujeito ao *efeito fariseu* a que se referiu Pierruci (2011). Isto é, o investimento em produzir uma representação pública da correção moral e adesão virtuosa a valores religiosos fica sujeita à desconfiança de que se trata, na verdade, de uma tentativa de instrumentalizar a

²¹ <http://oglobo.globo.com/pais/noblat/posts/2010/10/16/monica-serra-contou-ter-feito-aborto-diz-ex-aluna-333126.asp>

religião em benefício da política. E, na medida em que a campanha de Serra insistiu em construir sua legitimidade política com base nas qualidades morais e religiosas do candidato e de sua família em oposição à ausência destas na adversária, ele tornou legítimo o exame de sua vida privada. E a contradição entre o alardeado e o sabido permitiu aos seus opositores lançarem mão da definição de hipócrita.

Considerações finais

Seguir os desdobramentos do que chamei de *caso do aborto de Mônica Serra* permitiu observar a intensa circulação de ações políticas *on* e *offline*. Nestes termos, a advertência de Miller e Slatter (2004), de que é necessário construir etnograficamente a relação entre *on* e *offline*, ao invés de supor a autonomia do virtual, se aplica perfeitamente aqui. Pudemos perceber nas estratégias de luta *online* em torno de projetos burocráticos, leis e eleições, o modo como em torno da disputa política se articulam de forma intensa esses dois espaços sociais.

Ao mesmo tempo, acompanhamos também a centralidade das relações *on* e *off* no que chamei de campo alargado do jornalismo, formado pela interação contínua e sempre assimétrica entre jornais, *twitter* e *blogs*. Essa assimetria revela-se claramente no fato de que o *caso* em si se inicia com a publicação no jornal *O Estado de S. Paulo* da declaração de Mônica Serra a respeito da candidata petista ser a “a favor de matar criancinhas” e termina com outra matéria de jornal, a *Folha de S. Paulo*, desta vez sobre o suposto aborto de Mônica Serra. Como vimos, a matéria já circulava há alguns dias na *Internet*, e uma matéria exatamente igual havia sido feita por um jornal *online*, mas só quando a grande imprensa publicou a respeito foi possível que o que parecia uma ataque à reputação fosse transformado em *fato jornalístico*. Nestes termos, luta eleitoral, luta entre grupos de direitos humanos e grupos religiosos, e lutas político-jornalísticas são, ao mesmo tempo, contexto e conteúdo das relações *online*.

Mas, acima de tudo, vimos como essas lutas adensam o próprio espaço *online*, aumentando os acessos aos *blogs* e outros espaços *online*, e criando novas conexões entre pontos no ciberespaço. Temos também uma dupla aceleração: primeiro, do tempo da política que acelera as conexões *online*, como na análise dos resultados dos debates televisivos, disponíveis simultaneamente ao evento; e segundo, do tempo das conexões *online* que ace-

leram a política, como na rapidez do *twitter* que propaga informações; do *Youtube*, *Facebook* e *Orkut*, em que circulam os vídeos e as interpretações prejudiciais ou favoráveis à imagem de um determinado candidato. Junte-se a essa aceleração, uma emotividade envolvida nas conexões *online*. Um apelo aos afetos, que o formato personalizado e a velocidade das conexões demanda e estimula. Essa excitação dos afetos torna as mensagens políticas trocadas fortemente emocionais. Nestes termos, o conteúdo tecnológico torna-se o contexto de transmissão e recepção das mensagens políticas garantindo o seu potencial mobilizador.

Vimos ainda como o uso desses meios privados e personalizados de comunicação que constituem o ciberespaço ofereceram o lugar ideal para circular a pergunta sobre quem era verdadeiramente a candidata Dilma Rousseff. E, especialmente, sobre qual era a sua verdadeira posição sobre o aborto. Esta pergunta colocou a reputação no centro do debate político e necessariamente articulava as dimensões pública e privada dos candidatos. Assim, o candidato José Serra colocou em termos não apenas públicos, mas também pessoais, sua aversão ao aborto, ao se dizer contrário a sua legalização, “até por uma questão pessoal” e também “porque se liberaria uma verdadeira carnificina”.

O modo como os grupos religiosos politizaram o aborto e outras questões, como o combate à homofobia, implica uma dada articulação entre público e privado, uma vez que o compromisso e a prática de valores incidem sobre quem merece ser eleito. A partir daí, acompanhamos o curto circuito causado pela declaração de Mônica Serra, colapsando as separações entre a campanha oficial e a subterrânea e entre público e privado. Se Mônica Serra se dirigiu do público ao privado, da campanha eleitoral à acusação pessoal do “a favor de matar criancinhas”, vimos no sentido inverso, a acusação de Sheila Ribeiro, que partiu de uma ferramenta privada, o *Facebook*, e se dirigiu ao público alvejando a reputação do candidato José Serra e qualificando de hipócrita sua atitude diante do aborto.

Por fim, resta saber se tudo o que foi descrito aqui se tratou de um desvio da luta política rumo à demolição de reputações, ou se teremos, talvez, que conviver com o paradoxo de que o ciberespaço representa um inegável alargamento da esfera pública, ao mesmo tempo em que sua principal característica é ser um espaço fundamentalmente privado, no qual o jogo das reputações desempenhará um papel cada vez mais importante.

Referências bibliográficas

- ARAÚJO, Rafael de Paula Aguiar; PENTEADO, Claudio Luis de Camargo & SANTOS, Marcelo Burgos Pimentel dos. 2011. “Informação e contra-informação: o papel dos blogs no debate político das eleições presidenciais de 2010”. Trabalho apresentado no IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR, Belo Horizont, 4 de maio.
- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira & BRITTOS, Valério Cruz. 2010. “Blogosfera, espaço público e campo jornalístico: o caso das eleições presidenciais brasileiras de 2006”. *Intercom*, v. 33, n. 1, p. 237-256.
- BOYD, Danah, GOLDBER, Scott & LOTAN, Gilad. 2010. “Tweet, tweet, retweet: conversational aspects of retweeting on twitter.” HICSS-43. IEEE: Kauai, HI, 6 de Janeiro.
- BOYD, Danah & HARGITTAI, Eszter. 2010. “Facebook privacy settings: who cares?”. *First Monday*, v. 15, n. 8. Disponível em: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3086/2589> Acesso em 06/05/2011.
- CASTELLS, Manuel. 2001. *A galáxia internet: reflexões sobre internet, negócios e sociedade*. 2ª Ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- _____. 2005. “A sociedade em rede: do conhecimento à política”. Imprensa Nacional. *Casa da Moeda*.
- CASALEGNO, Federico. 1999. “Entrevista com Sherry Turkle: fronteiras do real e do virtual”. *Revista Famecos*, n. 11, p. 117-123.
- COMERFORD, John. 2003. *Como uma família: sociabilidade, territórios de parentesco e sindicalismo rural*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará.
- ELIAS, Norbert. 2000. *Os estabelecidos e os outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- LATOUR, Bruno. 2000. *Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora*. São Paulo: Unesp.
- LAW, John. 1992. Notas sobre a teoria do ator-rede: ordenamento, estratégia, e heterogeneidade. Trad. Fernando Manso. Disponível em: <http://www.necso.ufrj.br>. Acesso em: 17/06/2005.
- MILLER, Daniel & SLATER, Don. 2000. *The internet: an ethnographic approach*. Oxford: Berg.
- _____. 2004. “Etnografia on e offline: cibercafés em Trinidad”. *Horizontes Antropológicos*, v. 1, n. 21, ano 10, p. 41-65.

- PALMEIRA, Moacir. 2001. "Política e tempo: nota exploratória". In: PEIRANO, Mariza. (org.). *O dito e o feito: ensaios de antropologia dos rituais*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará/NuAP.
- _____ & HEREDIA, Beatriz M. A. 1993. "Le temps de la politique". *Études Rurales*, 131-132, p. 73-87.
- PIERUCCI, Antônio Flávio. 2011. "Eleição 2010: desmoralização eleitoral do moralismo religioso". *Novos estudos*, n. 89, p. 6-15
- SOLOVE, Daniel J. 2007. *The future of reputation: gossip, rumor, and privacy on the internet*. New Haven: Yale University Press.
- TURKLE, Sherry. 2008. "Cyberspace and identity". *American Sociological Association Stable* 28, n. 6, p. 643-648.

Resumo

Na última campanha presidencial brasileira, o tema do aborto se tornou uma peça central no debate político. Tema que articula dimensões políticas e religiosas, públicas e privadas, o aborto foi pauta de fortes debates através das mídias articuladas por meio da internet. O objetivo deste artigo é examinar a circulação de um evento crítico em particular: a notícia de um suposto aborto de Mônica Serra, esposa de um dos candidatos à presidência, entre jornais, blogs, redes sociais e Twitter. O que pretendo é investigar o modo como se articulam estes vários espaços de interação e de veiculação de fatos e versões *online* e *offline* a partir de um tema que, tornado peça da luta política, passa a articular de forma crítica as dimensões do público e do privado.

Palavras-chave: Aborto; eleições; jornalismo; internet.

Abstract

In Brazil's last presidential campaign, abortion became a centerpiece of political debate. As a subject interconnecting the political and religious, public and private arenas, abortion was a strong point of debates on media coordinated through the internet. The aim of this paper is to examine the trajectory of a critical event in particular: the news of an alleged miscarriage by Mrs. Mônica Serra, the wife of one of the presidential candidates, through newspapers, blogs, social media and Twitter. I intend to investigate how those several online and offline spaces of interaction and transmission of facts and versions coordinate from a subject that, included in the political struggle, comes to critically interconnect the dimensions of the public and the private.

Key words: Abortion; elections; journalism; internet.

Recebido em maio de 2011.

Aprovado em agosto de 2011.