

# ABORTO EN ESPAÑA Y BRASIL: USO POLÍTICO Y MEDIÁTICO

**Gutiérrez, Iglesias, Francisco Hugo**

Departamento de Comunicación

Universidad de Sevilla

[hgi5@hotmail.com](mailto:hgi5@hotmail.com)

**Freitas, Praxedes, Alina**

Departamento de Serviço Social

Universidade de Brasilia (Brasil)

[alina.unb@gmail.com](mailto:alina.unb@gmail.com)

## Resumen

El presente artículo analiza en profundidad las publicaciones realizadas por distintos medios de comunicación, impresos y digitales, en España y Brasil sobre el aborto durante la tramitación de la última proposición de ley del aborto presentada por el ministro Gallardón y durante el periodo oficial de la campaña electoral para la presidencia de la República de Brasil. El objetivo es corroborar si las informaciones realizadas por los medios sobre un tema de tal importancia para la sociedad, la cual reproduce el imaginario social creado por, entre otros, los medios de comunicación, fueron realizadas desde una perspectiva de los derechos sociales, sexuales y reproductivos o si, por el contrario, estuvieron marcadas por los intereses políticos y electorales. Una cuestión que resulta vital debido a que los medios influyen de forma directa sobre la sociedad, que históricamente ha culpabilizado al género femenino por esta práctica.

## Palabras clave

Medios de Información, Aborto, Género, Campaña Electoral, Brasil, España.

## 1. Introducción

Este trabajo tiene como objetivo un estudio en profundidad sobre cómo los medios de comunicación informan sobre el aborto, para lo cual se ha realizado una investigación sobre las publicaciones realizadas en medios de información impresa en España y en medios digitales en Brasil. De esta forma se intenta ver cómo los medios tratan un tema tan polémico como éste que en pocos casos se difunde como un asunto de salud pública y se informa, generalmente, de forma superficial en estos dos espacios geográficos diferentes. Para ello se ha priorizado el análisis de los textos sobre el aborto desde una perspectiva de los Derechos Sexuales y Reproductivos con el objetivo de informar a los lectores sobre el asunto independientemente del posicionamiento individual, religioso y/o político.

La investigación, separada en dos espacios y tiempos diferentes, consta de dos partes: un estudio cuantitativo en primer lugar para ver en qué cantidad se informó sobre el asunto y otro cualitativo para analizar de forma pormenorizada lo expuesto por los medios. Los periodos examinados han sido entre el 1 de diciembre de 2013 y el 1 de

marzo de 2014 en España, periodo en el cual el Gobierno presentó la nueva propuesta de ley del aborto (20 de diciembre) cuya votación en el Congreso de los Diputados se llevó a cabo el 11 de febrero. Mientras que en el caso brasileño se ha analizado el periodo oficial de la última campaña electoral para la presidencia de la República de Brasil (desde el 6 de julio hasta el 26 de octubre de 2014). En total han sido contabilizadas 180 publicaciones, de las cuales fueron consideradas 63 como relevantes para el estudio cualitativo que permiten esclarecer las diferencias y semejanzas entre los medios de comunicación de España y Brasil al tratar sobre el aborto. Un área que es y ha sido influenciado por intereses políticos y, en algunos casos, por la ideología de los estamentos religiosos, teniendo como punto de partida la realidad legislativa y social de cada país. A lo largo del trabajo serán discutidos la hipótesis inicial y los métodos usados para finalizar con los resultados que han sido fundamentales para la conclusión de la investigación.

## 2. Hipótesis Iniciales

Antes de exponer la hipótesis inicial es necesario indicar la importancia que los medios de comunicación tienen para la sociedad y para la salud de los estados democráticos y su funcionamiento al cumplir una importante labor de vigilancia sobre el poder político, entre otras, lo que ha provocado que durante la historia de la prensa se le haya conocido como el cuarto poder. Han sido muchos los autores que han estudiado las funciones de los medios, siendo uno de los primeros Lasswell (1948) en su publicación *The structure and function of communication in society* en la que hace referencia a las funciones sociales de la comunicación y los medios desde una perspectiva funcionalista. Para el autor son tres las funciones:

- Vigilancia del entorno por parte del medio.
- Cohesión de las distintas partes de la sociedad, que se ponen en contacto a través de los medios y la información que producen y publican.
- Transmisión de la herencia social y cultural.

A estas funciones explicadas por Lasswell hay que añadir las aportaciones realizadas por Lazarsfeld y Merton para quienes los medios cumplen las siguientes funciones:

- Función otorgadora de status.
- Función de compulsión de normas sociales que obliga a la opinión pública y a las autoridades a actuar.
- Disfunción narcotizante (función negativa) es decir, se informa al individuo pero hace que solo participe de los problemas de la sociedad de forma superficial ya que los medios envían un gran caudal informativo que hace creer a los individuos que están plenamente informados y no se interesan por conocer a fondo las cuestiones importantes.

Ahondando en estas definiciones, el trabajo más completo realizado sobre las funciones de los medios ha sido de Wright (1960 y 1978) con su análisis funcional de los medios que engloba todos los estudios realizados hasta la fecha, con ciertas mejoras, apuntando las disfunciones de cada competencia ya explicada por Lasswell, Lazarsfeld o Merton y añadiendo la función de entretenimiento.

Todas estas funciones estudiadas serían cuestionadas más adelante por una crítica realizada hacia el Funcionalismo que dieron lugar a otra serie de estudios y corrientes

como la Teoría Crítica o Escuela de Frankfurt y los Estudios Culturales, entre otros, que realizaron nuevas aportaciones a tener en cuenta como el concepto de democratización de la cultura o el hecho de que los medios son industrias/empresas que tienen sus propios intereses económicos y políticos. Asimismo, dentro de los Estudios Culturales, el autor Stuart Hall señala las funciones ideológicas de los medios que, en algunos casos, vienen a coincidir con las funciones sociales expuestas por el funcionalismo:

- Suministrar discursos e imaginarios.
- Situar, calificar y clasificar los acontecimientos
- Producir consenso y legitimidad.

Hall (1981) explica igualmente en su publicación *La cultura, los medios de comunicación y el “efecto ideológico”* como los medios son responsables de “a) suministrar la base a partir de la cual los grupos y clases construyen una ‘imagen’ de las vidas, significados, prácticas y valores de los otros grupos y clases; b) suministrar las imágenes, representaciones e ideas, alrededor de las que la totalidad social, compuesta de todas estas piezas separadas y fragmentadas, puede ser captada coherentemente como tal ‘totalidad.’” (Hall, 1981: p. 24) De este modo, según el autor, los medios de comunicación tienen tres funciones culturales:

- Construcción selectiva del conocimiento social que muestra una aparente pluralidad.
- Reflejar y reflejarse dentro de esta pluralidad.
- Organizar, orquestar y unir lo que se ha representado clasificado selectivamente.

Por ello, como concluye el propio autor: “Hemos de decir que el trabajo de ‘reproducción ideológica’ que realizan es por definición un trabajo en el que se manifestarán constantemente las tendencias contraactantes –el ‘equilibrio inestable’ de Gramsci. Por tanto, sólo podemos hablar de la tendencia de los medios de comunicación –pero una tendencia sistemática no un rasgo incidental-, que reproduce el campo ideológico de una sociedad de un modo tal que reproduce, también, su estructura de dominación.” (Hall, 1981: p. 30).

En definitiva y usando una terminología más común en la actualidad, los medios sirven, en principio, para informar, formar y entretener. Asimismo, reciben la crítica de que se prioriza, por norma general, la función de entretenimiento porque se le supone que reporta mayores beneficios económicos a las empresas, dejando en segundo plano las funciones informativa y formativa.

Una vez repasada esa teoría de las funciones de los medios, la intención de este estudio es la de ir a la práctica y dilucidar qué funciones y usos les dan los medios de información a determinadas publicaciones como la que nos atañe en este artículo: el aborto, que según la segunda acepción recogida en la RAE tiene el siguiente significado: Interrupción del embarazo por causas naturales o deliberadamente provocadas. Puede constituir eventualmente un delito.

*“A palavra aborto é carregada de significados ideológicos que estão em disputa por grupos que se colocam em oposição no debate sobre sua*

*legalização em diversos países. Assim, entendemos que a mídia é o espaço por excelência de disputa entre esses atores e que a maneira como a palavra é utilizada no discurso midiático influencia em decisões no campo político.”*  
(Lemos, 2013: p. 1)

Ahora que ya sabemos el significado concreto del término aborto y nos adentramos en la materia en los medios de comunicación observamos como ya viene siendo discutida, tal y como apunta Lemos en su publicación, y cuestionada fuera y dentro del espacio comunicativo. Para este trabajo, que realiza un estudio de esta área tanto en España como en Brasil, a pesar de ser conscientes de las diferencias que podrían existir entre ambos espacios geográficos y medios de comunicación diferentes, pensamos que hay un fuerte uso político e ideológico en determinadas publicaciones, entre las que se incluyen las relacionadas con el aborto y su aceptación o no dentro de la sociedad. Es decir, este estudio quiere corroborar si las informaciones publicadas sobre esta temática se abordan desde una perspectiva social y de los Derechos Sexuales y Reproductivos o si, de lo contrario, son usadas como arma política para influenciar a los electores o ideológica para mantener la supremacía de un pensamiento y una moral sobre el resto.

Una cuestión que consideramos relevante ya que los medios en estas cuestiones relacionadas con los avances o retrocesos sociales tiene un papel fundamental a la hora de informar y formar. El problema es, y ahí va dirigida este trabajo, que en las informaciones publicadas pueden ser otros los factores o sectores que influyen en cómo se informa. Esa sería la cuestión más importante, para intentar interpretar qué es lo que quieren conseguir con ese tipo de informaciones esos actores a los que hace referencia Lemos en la definición expuesta anteriormente. Unos actores que podríamos resumir en políticos, religiosos y feministas que intentan hacer de contrapeso en esa balanza para evitar que desde los medios se informe meramente desde una ideología pro religiosa o de algún determinado partido político.

Para ello, el estudio se ha centrado en el análisis de diferentes medios de comunicación. En el caso de España, por ejemplo, las publicaciones recogidas ha sido todo lo publicado en un determinado espacio de tiempo por los diarios El País (1976) y El Mundo (1989), los dos grandes medios de comunicación convencionales, con una enorme presencia como medio digital, que poseen una gran influencia sobre la sociedad española y acumulan el mayor número de lectores del país en comparación con el resto de medios de información general de prensa escrita. Mientras que en el caso de Brasil, nuestro trabajo se ha centrado en las publicaciones realizadas en los medios digitales, destacando las informaciones de los portales web *Rede Brasil Atual* y *Portal Fórum*. Esta selección de medios digitales en el caso brasileño se debe, sobre todo, a la falta de información sobre el aborto en los medios convencionales, lo que, dentro de nuestra hipótesis inicial, lo achacamos al diferente punto de partida social y legislativo entre Brasil y España, y a la influencia que realizan otros sectores ajenos a lo meramente informativo como los estamentos religiosos y/o políticos.

Por ese motivo, para acabar con este apartado, es importante señalar el cambio que supuso la aparición de los medios digitales dentro de los medios de comunicación y cómo se convierte, en muchos casos, en una fórmula para poder comunicar temas que no se encuentran dentro de la agenda política o mediática del momento:

Los medios digitales surgen a partir de la década de los setenta produciendo numerosas transformaciones no solo en la comunicación como ya hemos señalado, sino que también produjo grandes cambios en la sociedad. Estos nuevos medios ofrecieron una mayor interactividad e instantaneidad que los medios tradicionales por encima de cualquier límite geográfico al emitirse a través de una herramienta (internet) global.

*“A internet pode ser considerada como a mais profunda revolução na comunicação desde a invenção da escrita.”* (Recuero, 2000: p. 2)

Esta nueva vía de información permitió, entre otras cosas, un mayor acceso para la ciudadanía a la libertad de expresión que está garantizada y expuesta en el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión“. Esta libertad de expresión implica igualmente una regulación en la que se colocan ciertos límites como ocurre, por ejemplo, en el artículo 20.2 del Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos (PIDCP): “Toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituya incitación a la discriminación, la hostilidad o la violencia estará prohibida por la ley.”

Con internet, herramienta básica para permitir un mayor flujo informativo mediante los medios digitales, cualquier persona se puede convertir en emisor y reproducir, por ejemplo, violencia a través de los medios electrónicos, conocido como *cyberbullying* y definida por los autores Wendt y Lisboa como *“majoritariamente dirigida a denegrir a imagem da pessoa, espalhar rumores, roubar senhas e nicknames, excluir de um grupo de discussão, entre outros.”* Precisamente la libertad de entrada y salida del usuario que tiene la posibilidad de mantenerse en el anonimato es lo que permite este tipo de comportamiento negativo, perjudicando así a muchas personas. Es decir, la facilidad en el acceso de informar y ser informado tiene sus puntos positivos y negativos y de ahí la necesidad de regulación.

Igualmente, como aspecto positivo, podemos señalar que estamos viviendo una democratización digital en la sociedad, tal y como afirma Castells (1999), al apuntar que con el paso de los años la sociedad ha sido estructurada en un sistema de redes flexibles y dinámicas. Es decir, las informaciones surgen en tiempo real, lo que también las convierte en cuestionables al no poseer, por norma general, la veracidad de las publicaciones de los medios tradicionales en los que se exige un trabajo de verificación de la información.

Por último, para comprender la importancia de los medios online analizados con los que se va a trabajar en la investigación de este artículo se hace necesario entender el concepto y el contexto histórico que ya hemos mencionado con anterioridad del periodismo digital, que no es otro que aquel que está directamente relacionado con el desarrollo de las nuevas tecnologías. Es decir, aquel tipo de periodismo que tiene como espacio principal de desarrollo Internet, herramienta que usa para realizar un flujo constante de contenidos con gran interactividad entre emisor-receptor.

Un área en el que se produjo un cambio sustancial en sus publicaciones con el paso del tiempo ya que, al inicio, lo que era publicado en los medios de información escrita era traspasado o “copiado” a sus propias web alojadas en internet hasta que los editores percibieron que no tenía sentido que sus portales se mantuvieran con el mismo contenido que su propio medio impreso. Por tanto, era necesario aportar algo nuevo en sus informaciones siguiendo los patrones tradicionales, lo que la autora Barbosa (2001) define como *jornalismo de portal*.

*“Cualquier intento de rebajar el nuevo dispositivo de comunicación a las formas mediáticas anteriores (esquema de difusión “uno-todos” de un centro emisor hacia un periférico receptor) no puede más que empobrecer el alcance del ciberespacio para la evolución de la civilización, incluso si se comprenden perfectamente -por desgracia- los intereses económicos y políticos en juego.” (Lévy, 2007: p. 99)*

Con el objetivo de que el lector tenga todo lo que busca en la web, además de las noticias, los medios introdujeron contenidos de entretenimiento. Por ello crearon sus portales con la intención de que los usuarios permanezcan en su web el máximo tiempo posible y no busquen más información o entretenimiento en la competencia para acumular así el mayor número de audiencia y ganar mediante la publicidad que pueda alojar en su portal.

*“Não foi preciso muito tempo para que as empresas percebessem o quão agregadores de audiência e, por conseguinte, de tráfego, de publicidade, de visibilidade para seus conteúdos, eram os portais. Até mesmo os conglomerados de mídia nacionais - de grande e médio portes - adotaram os portais como modelo de operação digital, o que, para o jornalismo, resulta numa categoria específica, a de jornalismo de portal.” (Barbosa, 2002: p. 15)*

### **3. Metodología**

La metodología empleada en este estudio ha sido cuantitativa y cualitativa. Una separación del estudio en dos partes diferenciadas para, en primer lugar, mantener distancia con el objeto de estudio y poder analizarlo de manera objetiva manejando solo la cantidad de veces que ha sido publicada la cuestión teniendo en cuenta el tipo de registro periodístico en el que se realiza. Por otro lado, en la segunda parte del trabajo se emplea una metodología cualitativa para interpretar los resultados obtenidos previamente y analizar en profundidad el cómo se ha informado, intentando que el análisis no tenga un exceso de interpretación o subjetivismo, en la peor acepción del término.

Esta separación en dos partes para evitar caer en un trabajo meramente opinativo se debe, en primera instancia, a que nuestro objeto de estudio es un campo muy difícil de limitar. Por ello, para poder estudiar cómo los medios de comunicación informan sobre el aborto y todo lo que rodea a la temática en dos espacios geográficos y medios de comunicación diferentes hemos escogido dos espacios de tiempo a analizar: del 1 de diciembre de 2013 al 1 de marzo de 2014, en España; y del 6 de julio al 26 de octubre de 2014, en Brasil. Dos periodos que no han sido escogidos al azar, ya que en España en ese espacio de tiempo tuvo lugar la última propuesta de ley (20 de diciembre), conocida como ley Gallardón, para la regulación del aborto, siendo esta

propuesta más restrictiva en comparación con la última ley aprobada al respecto en 2010, y se llevó a cabo su votación en el Congreso de los Diputados (11 de febrero). Mientras que en Brasil el tiempo escogido para el estudio corresponde con el periodo oficial de la última campaña electoral a la presidencia de la República de Brasil. Asimismo, en estos dos espacios geográficos, como era de esperar, los medios de comunicación escogidos para su análisis han sido diferentes:

En España los medios de comunicación analizados han sido dos periódicos: el diario El País y el diario El Mundo. Dos medios de prensa escrita cuya elección se debe a diferentes razones que vamos a desglosar a continuación. En primer lugar, la selección de medios de información escrita no es casual, ya que este tipo de publicaciones en las que las noticias ya son conocidas por el público en general al ser informadas por otros medios más instantáneos como la radio, la televisión o toda la información que nos llega mediante internet, exige a sus profesionales un ejercicio de reflexión sobre las informaciones para la creación de un producto de mayor calidad con un tratamiento que ofrezca a los lectores un valor adicional. Podría destacarse como igual de importante el hecho de que estos dos medios mantengan una periodicidad diaria, que hace que acumulen una gran cantidad de lectores fieles a sus publicaciones y que se informen, en gran medida, principalmente por este canal. Además de esta importancia intrínseca que poseen este tipo de medios, en el caso de El País y El Mundo nos encontramos ante los dos medios de prensa escrita de información general de mayor importancia en España según señalan los datos publicados por el EGM (Estudio General de Medios) de octubre de 2013 hasta mayo de 2014 y el OJD (Oficina de Justificación de la Difusión) que va desde julio de 2013 a junio de 2014, que indican que El País mantuvo 1.685.000 lectores diarios y una tirada de 341.447 ejemplares al día; mientras que El Mundo ha mantenido en el mismo tiempo 1.032.000 lectores diarios y una tirada de 229.741 ejemplares al día.

Otro motivo importante para la elección de estos dos diarios para nuestro análisis es que, además de que su publicación sea diaria y se trate de un medio escrito, también se puede acceder a su información a través de su medio digital en internet, lo que facilita y amplía de manera ostensible la penetración de estas cabeceras en la sociedad española. Por último vamos a señalar otro matiz importante para la selección de los dos y no, por ejemplo, solo uno de ellos: partiendo de la base de que no podemos afirmar que El País o El Mundo son afines a un determinado partido político porque no mantienen una relación directa sin posibilidad de desacuerdos o discordancias, sí que podemos afirmar por la historia de ambos periódicos y la sociedad, ideología y tipos de gobiernos que han defendido que El País siempre ha tenido un perfil ideológico más cercano a la socialdemocracia y al Partido Socialista Obrero Español (PSOE), mientras que el diario El Mundo ha mantenido un perfil más cercano a la democracia cristiana y al Partido Popular (PP). Aún así, insistimos, esta relación ideológica no significa que las informaciones publicadas por uno u otro medio siempre tengan el foco de visibilizar o apoyar a un determinado partido político o a una determinada ideología, ya que en muchos casos se ha visto como se ha hecho todo lo contrario o se ha atacado duramente al partido político que, presumiblemente, sería el más cercano a su postura ideológica.

Una vez explicado esto, lo que intentamos ver con las noticias publicadas sobre el aborto en estos dos medios es la diferencia existente dentro de este área desde dos cabeceras que son diferentes ideológicamente hablando y que, en determinados casos,

podría dar más visibilidad o menos a determinados temas o actores políticos y sociales dentro de una de discusión que ya se encuentra plenamente instalada en la sociedad ya que el aborto está permitido en España desde el 5 de julio de 1985, cuando se despenalizó el aborto con la Ley Orgánica 9/1985 en tres supuestos: riesgo grave de la salud física o psíquica de la mujer embarazada (supuesto terapéutico), violación (supuesto criminológico) y malformaciones o taras, físicas o psíquicas, en el feto (supuesto eugenésico). Una ley que no sería modificada hasta el año 2010 cuando la normativa pasó a regirse por la Ley Orgánica 2/2010, una ley de plazos que da la opción a la mujer de poder tomar una decisión libre e informada sobre la interrupción de su embarazo dentro de las primeras 14 semanas de gestación. Un plazo que se puede ampliar hasta las 22 semanas en caso de graves riesgos para la salud de la madre o el feto. Una vez pasado ese segundo plazo, según ampara la ley, solo podrá interrumpirse el embarazo en dos supuestos: si se detectan anomalías en el feto incompatibles con la vida o si se detecta en el feto una enfermedad extremadamente grave e incurable en el momento del diagnóstico, siempre confirmado por un comité clínico.

En cuanto a la metodología usada para la selección de las noticias relacionadas con el aborto en los dos medios de comunicación indicados, el procedimiento ha sido el repaso diario de lo publicado en dichas cabeceras durante el periodo analizado, priorizando aquellas publicaciones que trataban la temática desde una perspectiva social y no partidaria o partidista. Una vez acabada la primera búsqueda, para reducir el margen de error, se acompañó de otra pesquisa del mismo periodo de tiempo a través de la hemeroteca *My News* ([www.mynews.es](http://www.mynews.es)) realizada por día y por día más aparición de la palabra ‘ley’ y ‘aborto’.

Mientras tanto, para la parte del estudio enfocado en Brasil hay que considerar algunas diferencias importantes antes de indicar los medios seleccionados para su análisis: lo primero es que el debate sobre el aborto en Brasil tiene una connotación moralista sobre la mujer, además de ser un área que apenas tiene visibilidad en los medios de comunicación convencionales y solo en contadas ocasiones se discuten los factores históricos, sociales, económicos y/o políticos que influyen sobre la temática. Por ello, los medios escogidos para el análisis de este trabajo fueron los medios online donde sí se pueden encontrar cabeceras que hablan sobre el aborto con aparente libertad. Una ausencia del tema en los medios convencionales que no se debe a la falta de interés o importancia para la sociedad, como indican los datos de *Search Google Trends* que reflejan un aumento en la búsqueda de la palabra aborto durante el periodo de las elecciones, especialmente en los meses de septiembre y octubre debido a que el 28 de septiembre es el día latinoamericano y caribeño de lucha por la legalización del aborto y a la repercusión que tuvieron la muerte de dos mujeres en clínicas clandestinas de Río de Janeiro mientras se sometían a una intervención para interrumpir sus embarazos.

A pesar de todo, la discusión sobre el aborto en el tiempo analizado, que coincide con el periodo oficial de la última campaña electoral, solo ocurrió, salvo contadas excepciones, en los medios digitales, siendo éstos el punto de inicio para que el tema pasase a estar en la agenda de los medios convencionales e, incluso, en la agenda política. Una aparición que se hizo patente, sobre todo, a partir del día 15 de septiembre cuando los candidatos comenzaron a ser preguntados sobre esta área en debates y entrevistas televisivas emitidas en directo.



Asimismo, dentro de los medios digitales, una vez realizada la búsqueda de las publicaciones sobre el aborto, los medios que trataron de forma íntegra la temática fueron *Rede Brasil Atual* y *Portal Fórum*. La metodología usada para localizar estos textos ha sido a través de la herramienta de búsqueda de los propios portales (de los dos citados y otros de relevancia dentro de Brasil como *UOL*, *G1* de la *Globo*, *EBC*, etc.) donde se hizo la pesquisa con la palabra aborto de todas las publicaciones realizadas entre el 6 de julio y el 26 de octubre de 2014. En cuanto a los dos principales portales analizados (*Rede Brasil atual* y *Portal Fórum*) es importante apostillar igualmente el hecho de que utilizan las características del *web journalism*, de acuerdo con Mielniczuk: “*hipertextualidade, interatividade, multimidialidade, personalização, memória e atualização contínua.*” (Mielniczuk, 2004: p.1).

En el caso del portal *Rede Brasil Atual* es importante destacar que cuenta con otras formas de comunicación además de su web, tales como una emisora de radio, un canal de televisión, una revista o un periódico mensual. Todo ello pertenece a *Fundação Sociedade, Comunicação, Cultura e Trabalho*, entidad sin ánimo de lucro que se sustenta económicamente a través de tres sindicatos: *Central Única dos Trabalhadores*, *Bancários de São Paulo* y *Metalúrgicos do ABC paulista*. Según los datos publicados por URL métrica ([www.urlm.com.br](http://www.urlm.com.br)), *Rede Brasil Atual* acumula una media de 300 páginas visualizadas por mes.

En comparación, el otro de los portales protagonistas de este estudio en Brasil, *Portal Fórum*, cuenta con una media de 246.098 páginas visitadas por mes según datos de URL métrica, nació tras el primer Fórum Social Mundial de Porto Alegre en 2001 y pertenece a IG (*Internet Group*), grupo que como medio digital es el quinto con más visitas de Brasil. La política editorial del medio es la de ser un espacio donde las minorías puedan tener voz y cuenta, además de su edición en formato digital, con una revista semanal que también coloca su contenido en la web. Según se indica en la propia web de *Portal Fórum*, en la sección “Sobre la revista”: “*Na internet, o Portal Fórum traz, diariamente, reportagens e entrevistas que buscam uma visão de mundo diferente da presente nos grandes meios de comunicação.*” El medio también cuenta con un canal compuesto por una serie de videos de entrevistas, debates y reportajes que se llama *TV Fórum*.

Una vez repasado los dos principales medios digitales analizados de Brasil, en cuanto a la metodología de selección de las publicaciones cabe reseñar que se priorizaron las que trataron el aborto de forma íntegra y/o cuestionaron la falta de discusión de la temática por parte de la sociedad, de los candidatos a la Presidencia y de los medios convencionales. Por ello, para entender este silencio existente y la resistencia de los medios tradicionales y candidatos políticos en discutir sobre un área que es considerada tabú es preciso entender, en primera instancia, la legislación de Brasil que regula este tipo de prácticas:

En Brasil el aborto, a día de hoy, es considerado como un crimen con una pena de hasta tres años de prisión para la madre que se somete a esta práctica. La ley que lo regula se enmarca dentro del Código Penal de 1940, Capítulo I *Dos Crimes contra a vida*: artículos 123, 124 y 125. El aborto solo será considerado legal en los casos de riesgo de muerte de la madre o por violación y, desde 2012, tras la decisión del Tribunal Superior Federal, en los casos de fetos anencefálicos. Más tarde, en el año

2013, políticos ligados al movimiento pro-vida y de la bancada fundamentalista compuesta por miembros de la iglesia católica y protestante defendieron un nuevo proyecto de ley que criminaliza el aborto en todos los supuestos (*Estatuto do Nascituro*), cuya propuesta pasó por la Comisión de Finanzas y Tributación de la cámara el 5 de junio y continúa su proceso con el análisis de la Comisión de Constitución y Justicia antes de que se pueda llevar a cabo su votación en la Cámara.

A pesar de la rigurosa regulación que tiene el aborto en Brasil, esta práctica es considerada como la quinta causa de muerte materna. En 2012 la Organización de las Naciones Unidas (ONU) criticó precisamente la legislación brasileña e hizo hincapié en las 200.000 mujeres que mueren al año en clínicas clandestinas para abortar. Una tragedia que, según los especialistas de la ONU, se debe a la criminalización del aborto por el estado. De hecho, a pesar de la legislación, según un estudio realizado por los investigadores Diniz y Medeiros (2010) de la Universidad de Brasilia, una de cada cinco mujeres con más de 40 años ya abortaron, por lo menos, en una ocasión. De acuerdo con los datos publicados por DATASUS (2013), fueron realizados 190.282 *cuiretagens* (método de retirada de la placenta o del endometrio del cuerpo) de abortos espontáneos o inducidos (legales e ilegales) en el año 2013, con un gasto anual de unos 142 millones de reales brasileños.

#### **4. Resultados**

Este apartado de resultados lo dividiremos en los dos espacios y tiempos analizados, comenzando por los datos recogidos en el estudio realizado en España entre el 1 de diciembre de 2013 y el 1 de marzo de 2014 en el que se recabaron un total de 127 textos entre lo publicado por el diario El País y el diario El Mundo, lo que supone un gran flujo de información relacionado con el aborto. De entre estos 127 textos, se le ha dado prioridad para su análisis a los artículos de opinión, editoriales y demás publicaciones que tratan de razonar y argumentar en torno a la práctica que se está cuestionando desde la nueva propuesta de ley, sobre la interrupción voluntaria del embarazo, para acercarla a la sociedad y dar la opción de pensar y decidir libremente en función de la moral personal de cada persona y no por lo que se imponga desde determinados estamentos sociales. Por tanto, fueron analizadas 39 publicaciones en profundidad para el análisis cualitativo de este trabajo, las cuales las podríamos resumir de la siguiente forma:

- 23 de las publicaciones se trataban de artículos de opinión, de las cuales 19 fueron publicadas en El País y 4 en El mundo. De todas ellas, en 13 de los textos (11 de El País y 2 de El Mundo) se opinó, formó e informó a la sociedad desde una perspectiva meramente partidista en la que el objetivo principal era defender o atacar al partido o al político en cuestión al que se quiere salvar o replicar. En contraposición, en las 10 publicaciones restantes, los articulistas trataron la temática desde una perspectiva social y focalizaron su esfuerzo en informar y argumentar a la sociedad sobre el aborto, en algunos casos en contra del nuevo proyecto de ley y en otros a favor.
- Seis informaciones correspondían al editorial de los medios analizados, cuatro pertenecientes a El País y dos a El Mundo, de los cuales: en El País fueron dos editoriales centrados en la explicación del nuevo proyecto de ley y de las

consecuencias que podría tener para la sociedad y, en los otros dos casos, el editorial se centró, al igual que en muchos de los artículos de opinión, en la lucha partidista que usa de forma interesada una temática de importancia para la sociedad. Mientras que en el caso de los dos editoriales publicados sobre el aborto por El Mundo se centraron, el primero de ellos, en una defensa del proyecto de ley presentado por el ministro de Justicia Gallardón y rebatiendo las críticas vertidas sobre él desde el resto de grupos políticos, por lo que termina cayendo en ese juego partidista. En el otro de los editoriales publicado por este diario habla sobre las declaraciones realizadas por el cardenal Rouco Varela sobre la nueva ley y defiende que el texto legislativo no tiene que estar en consonancia con la Iglesia, sino con la Constitución Española, que es lo que, a juicio de El Mundo, consigue esta nueva propuesta de Gallardón.

- Cuatro textos corresponden a entrevistas, las cuales fueron publicadas en su totalidad por El País, tres de las cuales afrontan el tema desde una perspectiva social y solo en uno de los casos se afronta desde un punto de vista partidista.
- Los seis textos restantes analizados corresponden a seis portadas publicadas, cinco de El País y una de El Mundo, con la importancia de penetración en la sociedad que tiene dicha aparición, ya que aparece el aborto como la noticia principal. En las cinco apariciones en El País, se titula y se le da un enfoque partidista, mientras que en la portada publicada por El Mundo se trata de una protesta de activistas de Femen hacia el cardenal Rouco Varela y entra de lleno en esa lucha por si la ideología seguida por el gobierno del PP corresponde a las presiones y moral católica o solo a lo que se considera más justo.

Mientras tanto, la otra recogida de datos de este trabajo se corresponde al periodo que va desde el 6 de julio hasta el 26 de octubre de 2014 en los medios digitales de Brasil. Dentro de esta pesquisa se contabilizaron un total de 53 textos, de los que fueron considerados como relevantes 24 de ellos, haciendo especial hincapié en las informaciones de *Rede Brasil Atual* y *Portal Fórum*. Los resultados obtenidos en el caso de *Rede Brasil Atual* fue de 11 publicaciones seleccionadas de un total de 26 materias contabilizadas donde aparecía la palabra aborto. Dentro de *Portal Fórum*, sin embargo, fueron cinco las publicaciones existentes sobre la temática y fueron escogidas todas ellas para el análisis de este trabajo. De los 16 textos publicados en ambos portales se podrían repartir en tres grupos:

- Cinco afirmaron, mediante datos recogidos en investigaciones científicas, que la criminalización del aborto solo consigue aumentar la mortalidad materna en la realización de estas prácticas en procedimientos quirúrgicos clandestinos. Asimismo, afirmaron que el aborto se encuentra en el ámbito de la salud ya que la *curetagem* pos-aborto fue la cirugía más realizada por el *Sistema Único de Saúde pública* entre 1995 y 2007, según los datos publicados por el Ministerio de Salud (2009) de Brasil.

- Ocho materias abordaron la temática exigiendo la realización de un debate a nivel general para acabar con la criminalización del aborto, principalmente por parte de los candidatos a la presidencia.
- Tres informaron sobre las manifestaciones que tuvieron lugar en el periodo en que se publicó a favor de acabar con la criminalización de la interrupción voluntaria del embarazo y en contra del mecanismo que culpa al género femenino de forma sistemática al realizar esta práctica.

Por tanto, este trabajo contabilizó 24 publicaciones, resultando 16 de ellas de los dos portales principales del artículo, siendo las ocho restantes de medios digitales diferentes que servirán para analizar de forma más completa como los medios de comunicación digitales de Brasil informaron sobre la temática. Esos ocho textos informaron de la siguiente forma:

- Tres pertenecen a los portales *UOL* y *G1* de la *Globo*. Estos textos relacionan el aborto con una cuestión de opinión de los candidatos a la presidencia y de los electores. Además, en estos tres casos, no se trató solo el tema del aborto en los artículos en cuestión, sino que compartió espacio con otros temas como la legalización de la marihuana y los matrimonios entre personas del mismo sexo.
- Dos de ellos, pertenecientes a los portales *Pragmatismo Político* y *EBC*, discutieron que el aborto debería ser un tema importante a tratar dentro de las elecciones y del periodo electoral, aunque durante el segundo turno de las elecciones a la presidencia la temática no fue debatida.
- Dos textos, publicados en *Jornal GGN* y *Jornal do Brasil*, colocaron el foco de atención sobre el aborto como una cuestión de salud pública y la falta de difusión del aborto legal en la red pública, el cual posee una estructura precaria y unos profesionales que no están cualificados para tratar a las víctimas de violencia sexual en riesgo de muerte.
- Un texto, publicado en *Carta Capital*, que informó sobre el debate electoral que tuvo lugar dentro de la iglesia católica y la opinión de la religión sobre el tema en cuestión.

## 5. Conclusiones

Tras el estudio realizado sobre cómo los medios de comunicación español y brasileño informan sobre el aborto y tras repasar los resultados obtenidos, podemos concluir que el discurso mediático está fuertemente influenciado en ambos países por intereses políticos, lo que da como resultado que las informaciones sobre un tema de tanta importancia como el aborto para la sociedad se utilicen de forma interesada por parte de los partidos en su disputa electoral y no se trate con la seriedad, rigurosidad y la perspectiva que se debiera.

Asimismo, en el caso de los medios de comunicación brasileños, cuando se discute sobre el aborto, se hace desde una perspectiva cargada de estereotipos y con unas etiquetas en función de género muy definidas, por las cuales la mujer siempre es culpabilizada y el hombre no es ni tan si quiera mencionado. Algo que, con ciertas diferencias en el uso de esa perspectiva cargada de estereotipos, termina por

reproducirse de la misma forma en España donde el hombre nunca aparece como autor, culpabilizado o involucrado en esta práctica que afecta a más de 100.000 personas cada año en España, según los datos del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

En el caso del análisis cualitativo de los medios españoles se basó principalmente en los artículos de opinión y editoriales ya que es ahí desde donde los medios intentan mostrar su ideología y su moral con argumentos en su defensa para que, de esa forma, la sociedad los pueda comprender y tomar como propios. Siendo así, en principio, al tratarse de una temática como el aborto, los medios deberían de usar esos espacios para informar y formar a su audiencia desde su ideología y mostrar los puntos positivos y negativos de una práctica a la que se quiere cambiar su regulación, pero una vez realizado el estudio, podemos afirmar que esta posibilidad que poseen los medios de comunicación no fue usada con este fin, ya que en más de la mitad de los casos se usó claramente desde una perspectiva política, electoral o partidista. Igualmente, al analizar las portadas, comprobamos como cuando se le da más importancia a esta área no es para remarcar la justicia o injusticia que se puede estar cometiendo, sino los pros o los contras o lo que se puede ganar o perder políticamente hablando a raíz de este tema.

A parte, en cuanto a las publicaciones contabilizadas y no consideradas como relevantes para nuestro estudio, hay que destacar que en su mayoría se trataban de informaciones que, en principio se podían traer de la forma más objetiva posible trayendo los hechos que sucedían. Aunque, justo por el motivo que han sido desechadas del estudio, en ese tipo de informaciones es cuando más se utiliza para esa disputa partidista tanto en el grueso de los textos como en los propios titulares. Algo que podría haber sido usado para mostrar esto mismo que intentamos en este trabajo pero, desde nuestro punto de vista, consideramos que el espacio que no tiene discusión alguna de que se tenga que dedicar no a esta lucha y sí a formar eran en esas firmas que cada día se le da acceso y espacio para aparecer en medios de comunicación. Un uso que resulta esencial para la salud democrática y para la construcción de una sociedad mejor.

En el caso de Brasil, a pesar de que se trate, en teoría, de un estado laico, la religión tiene un peso enorme dentro de las decisiones que se llevan a cabo por el poder legislativo, lo que supone, en el caso de la salida adelante de nuevas leyes sobre el aborto o no, que las mujeres no tengan, al menos por el momento, la capacidad o el derecho a decidir si quieren o no ser madre, es decir, si quieren interrumpir de forma voluntaria su embarazo amparadas por la ley o no.

En cuanto a las publicaciones que fueron descartadas como relevantes, fueron en su mayoría de los portales de los diarios y revistas más populares del país, ya que ninguno de ellos abordaba el tema del aborto dentro de la perspectiva de los Derechos Sexuales y Reproductivos. En los casos en los que aparecía la palabra aborto en el texto, la información no trataba sobre la materia, sino que solo se trataba de un tema usado de cara a las elecciones en sí, en forma de ataque de algún candidato o con el peso del voto religioso, por ejemplo. Los grandes medios de comunicación de Brasil, como ya hemos mencionado a lo largo del trabajo, no discutieron sobre el aborto ya que pensaban que lo mejor era no cuestionar esa temática al ser algo impuesto política

y religiosamente sobre la sociedad, lo que supuso el principal motivo que nos hizo seleccionar a los medios digitales como base para este análisis.

## 6. Bibliografía

### Libros

Alsina, R. (1989), *Los modelos de la comunicación*. Madrid, Tecnos.

Brasil, Constituição (1988), *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF, Senado.

Brasil, Código (2008), *Código Penal Brasileiro, 10 ed.* São Paulo, Revista dos Tribunais.

Castells, M. (1999), *A sociedade em rede, vol.1, 5 ed.* São Paulo, Paz e Terra.

De Moragas, Miquel (1985), *Sociología de la comunicación de masas. Volumen II, Estructura funciones y efectos*. Barcelona, Gustavo Gili.

España. Código penal (1985) *Ley Orgánica 9/1985, de 5 de julio, del Código penal*. Boletín Oficial del Estado, 12 de julio de 1985, núm. 166, p. 22041.

España. Código penal (2010) *Ley Orgánica 2/2010, de 3 de marzo, del Código penal*. Boletín Oficial del Estado, 4 de marzo de 2010, núm. 55, pp. 21001-21014.

Hall, S. (1981), “*La cultura, los medios de comunicación y el ‘efecto ideológico’*” en Curran, James, Gurevitch y Woollacott, *Sociedad y comunicación de masas*. México, Fondo de Cultura Económica.

Lasswell, H. (1948), *The structure and function of communication in society*. New York, Harper & Row.

Lévy, P. (2007), *Cibercultura: La Cultura de la sociedad digital, 1 ed.* Universidad Autónoma Metropolitana – Iztapalapa, México, Anthropos Editorial.

Organización de las Naciones Unidas. (2008). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*, United Nations.

Wright, C. (1960), “*Análisis funcional y comunicación de masas*” en Miquel de Moragas (ed.) *Sociología de la comunicación de masas, vol.2*. Barcelona, Gustavo Gili.

Wright, C. (1978), *Comunicación de masas*. Buenos Aires, Paidós.

## Revistas científicas/online

AIMC: *Estudio General de Medios de octubre 2013 a mayo 2014*, [www.aimc.es](http://www.aimc.es), consultado día 02/02/2014.

Barbosa, S. (2002), “Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais com estudo sobre o UAI e o iBahia”, *Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas*, pp.3-280, <http://bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-portais-mestrado.html>, consultado el día 10 de diciembre de 2014.

Brasil, Ministério da Saúde. (2009) “Banco de dados do sistema único de saúde”. *Sistema de Informação em Saúde/SUS*, [www.datasus.gov.br](http://www.datasus.gov.br), consultado el día 18 de diciembre de 2014.

Brasil. Ministério da Saúde. (2014) “Departamento de informática do SUS”. *Sistema de Informações de Mortalidade*. Brasília, <http://www2.datasus.gov.br/DATASUS/index.php?area=040701>, consultado el día 18 de diciembre de 2014.

Diniz, D. e Medeiros, M. (2010) “Aborto no Brasil: uma pesquisa domiciliar com técnica de urna”. *Ciênc. saúde coletiva*, vol.15, n° 1, pp. 959-966, [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-81232010000700002&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1413-81232010000700002&script=sci_arttext), consultado el día 19 de diciembre de 2014

Google (2014), “Search Google Trends”, <http://www.google.com/trends/explore#q=aborto&geo=BR&date=7%2F2014%204m&cmpt=q>, consultado el día 20 de diciembre de 2014.

Lemos, L. (2013), “Aborto na mídia: Uma análise de ideologia” *Seminário Internacional Fazendo Gênero 10 (Anais Eletrônicos)*, Florianópolis, pp. 1-11, [http://www.fazendogenero.ufsc.br/10/resources/anais/20/1386609715\\_ARQUIVO\\_LisCarolinneLemos.pdf](http://www.fazendogenero.ufsc.br/10/resources/anais/20/1386609715_ARQUIVO_LisCarolinneLemos.pdf), consultado el día 15 de diciembre de 2014.

Mielniczuk, L. (2004) “Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web”. *Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo do XXVII Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Bahia*, pp. 1-16, <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/33239839420892013900619660266793099419.pdf>, consultado el día 17 de diciembre de 2014.

Oficina de Justificación de la Difusión (OJD): *Datos de tirada y difusión entre julio de 2013 y junio de 2014*, [www.introl.es](http://www.introl.es), consultado día 02/02/2014.

Recuero, R. (2000), “A internet e a nova revolução na comunicação mundial”, pp. 1-5, [www.raquelrecuero.com](http://www.raquelrecuero.com), consultado el día 02 de diciembre de 2014.

Url Métrica (2014), “Estatísticas simplificadas para websites”, <http://urlm.com.br/>, consultado el día 20 de diciembre de 2014.

Wendt, G. e Lisboa, C. (2014), “Compreendendo o fenômeno do Cyberbullying”, *Trends in Psychology / Temas em Psicologia*, Vol. 22, n° 1, pp.39-54, [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1413389X2014000100004&script=sci\\_arttext](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1413389X2014000100004&script=sci_arttext), consultado el día 03 de diciembre de 2014.

### **Periódicos/Portal web**

El Mundo (1989), Madrid. *Noticias publicadas sobre el aborto en la edición impresa entre 01/12/2013 – 01/03/2014.*

El País (1976), Madrid. *Noticias publicadas sobre el aborto en la edición impresa entre 01/12/2013 – 01/03/2014.*

Rede Brasil Atual (2014) “Análisis de las noticias publicadas sobre el aborto” <http://www.redebrasilatual.com.br/>, consultado el día 28 de noviembre de 2014.

Portal Fórum (2014) “Análisis de las noticias publicadas sobre el aborto” <http://www.revistaforum.com.br/>, consultado el día 28 de noviembre de 2014.