

Comunicação, direitos reprodutivos e o movimento antiaborto na mídia: um estudo de caso sobre a Rede Nacional e a Rede Estadual em Defesa da Vida no Instagram¹

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

Resumo

Este trabalho busca compreender como são construídos os sentidos sobre o aborto pelo movimento antiaborto no Brasil intitulado “Pró-Vida”. Trata-se de um estudo de caso que debruça-se sobre um recorte de conteúdos publicados no Instagram pela Rede Nacional e a Rede Estadual em Defesa da Vida. Com base metodológica na Análise de Conteúdo de Bardin (2016), adaptados às especificidades dos ambientes digitais e à sua dimensão política de Maia, Hauber e Paula (2022), o *corpus* é composto por publicações feitas entre os anos de 2021 ao final de 2024. Os resultados indicam que a articulação entre religião, política e comunicação se dá em meio a dinâmicas complexas de produção de sentidos que reproduzem uma lógica sacrificial do capitalismo contemporâneo em uma sociedade patriarcal.

Palavras-chave

Movimento anti-aborto; comunicação; comunicação estratégica; religião; direitos reprodutivos.

Introdução

Em 2019, com a ascensão da extrema-direita ao poder público e a eleição de Jair Bolsonaro à Presidência da República, organizações e atores atrelados ao conservadorismo passaram a atuar de forma mais incisiva na promoção de pautas contrárias aos direitos e princípios constitucionais, especialmente na defesa da criminalização do aborto, inclusive casos já previstos em lei. O tema ganhou centralidade na agenda pública e midiática, frequentemente enquadrado como uma simples “pauta de costumes”, favorecendo a articulação estratégica do movimento para influenciar a opinião pública e a política institucional. É assim que o movimento “pró-vida”, sustentado por referências bíblicas e por uma leitura moral da política, ganha maior visibilidade no Brasil, criando articulações com parlamentares, partidos e frentes legislativas.

É no mesmo cenário que apresenta-se, a nível nacional, a Rede Colaborativa Brasil como um agente de articulação e assistência voltado à promoção do bem comum, com atuação relevante nos âmbitos político e social. Autodeclarada uma “instituição civil, apartidária e supra religiosa”, a Rede Colaborativa Brasil tem como missão a defesa e promoção da dignidade da vida humana a partir da articulação de diversos atores, propondo-se a oferecer

¹Trabalho apresentado no Espaço Graduação, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

apoio à gestantes em prol de iniciativas que preservem do estágio embrionário humano até a morte natural, assim como a orientar e acompanhar a atuação de legisladores e governantes em pautas concernentes ao campo neoconservador.

Em Alagoas, a Rede Estadual de Defesa da Vida surgiu em 2018, divulgando e convidando seus seguidores para o “Ato Nacional em Defesa da Vida no Ventre”. Com postagens escatológicas, edição chamativa e informações infundadas a respeito do aborto, a página possui mais de 9.000 seguidores, juntamente com cerca de 3.000 postagens. Embora possua baixo engajamento, a página mobiliza atos na cidade, como passeatas no dia 8 de outubro de 2023, dia do Nascituro (data instituída durante a Assembleia Geral da CNBB no ano de 2005).

No Brasil, onde o cristianismo possui forte presença histórica, cultural e institucional, principalmente quando se refere ao catolicismo, que é maioria em todas as grandes regiões do país (IBGE, 2022, p. 5), tais intervenções assumem contornos particulares, articulando tradição religiosa, dinâmicas políticas e estratégias comunicacionais voltadas ao ambiente digital. Nesse cenário, valores e crenças tendem a reverberar de modo significativo na esfera pública, influenciando debates e mobilizações em torno de pautas morais. Segundo Biroli (2018), identidade e representação são elementos frequentemente acionados em narrativas neoconservadoras, articuladas em torno da agenda política e essencialmente pautadas na defesa da liberdade religiosa, da família heteronormativa e da moral cristã.

Este estudo de caso parte da compreensão de que essas organizações, a partir de suas publicações nas redes sociais, tensionam o debate sobre o movimento pró-vida ao sustentar um posicionamento antiaborto ancorado em valores morais e religiosos, afastando-o de sua abordagem como questão de saúde pública e de segurança. Trata-se de um recorte dos resultados de uma pesquisa desenvolvida no âmbito do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (Pibic), vinculada ao curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas.

Esta pesquisa articula pressupostos e procedimentos da análise de conteúdo clássica (Bardin, 2016), adaptados às especificidades dos ambientes digitais e à sua dimensão política (Maia, Hauber e Paula, 2022). A análise das publicações das organizações vinculadas ao movimento “Pró-Vida” no Instagram foi estruturada em três etapas: (1) pré-análise; (2) categorização e (3) tratamento e interpretação dos resultados.

O *corpus* é composto por publicações realizadas pelos perfis do Instagram da Rede Colaborativa Brasil, bem como pela Rede Estadual de Defesa da Vida AL, principais

referências de atuação do movimento “Pró-Vida” a nível nacional e estadual, respectivamente. Nesse cenário, foram selecionadas postagens que referenciam o aborto explicita ou implicitamente, em um período que vai desde 2021 até o final de 2024. Em particular, foram extraídas 450 postagens do perfil da Rede Colaborativa Brasil, juntamente com 300 referentes ao perfil Defesa da Vida AL, correspondentes ao período mencionado.

Entende-se que o caráter interpretativo e qualitativo da pesquisa possibilita compreender como essas organizações produzem sentidos sobre o aborto, evidenciando de que modo tais atores articulam valores religiosos, morais e familiares nos ambientes digitais, se entrelaçam na produção de sentidos sobre o aborto no espaço público digital.

A primeira fase da pesquisa compreendeu a pré-análise do conteúdo publicado, composta pela organização e leitura flutuante do material coletado, a sistematização do corpus através de uma planilha fez com que pudesse ser identificadas as datas de publicação dos conteúdos, as legendas, bem como o conteúdo visual.

Na segunda fase, referente à categorização, o material coletado desdobrou-se em três categorias de postagens. Nomeamos a primeira como “celebrativa”, em que foram demarcadas postagens provenientes de datas comemorativas, dentre as quais podem ser citadas, no caso da Rede Colaborativa Brasil, um vídeo curto em função ao dia do médico, contendo uma sequência de frases como “feliz dia, a todos os médicos que cuidam e defendem a vida” e “não importa a sua área, ame e defenda a vida em todas as suas fases” e, abaixo, a legenda: “(...) Feliz Dia do Médico, a todos que com amor, cumprem com o dever de salvar e proteger TODAS às vidas, em todas as suas fases (...)” (REDE COLABORATIVA BRASIL, 2022).

A segunda categoria foi de “engajamento”, apresentando o conjunto de conteúdos que fortalecem a legitimidade e a credibilidade da existência das organizações. Por vezes se tratam de conteúdos que engajam o público e reforçam sua participação na causa, conforme evidenciado na publicação feita em 04 de outubro de 2024 no perfil da Rede Colaborativa Brasil, que tem como legenda “A mão poderosa do Senhor esteve sempre sobre vocês e também os médicos que te ajudaram a trazê-la à luz. Quando vi você e o seu esposo chegando em Copacabana, para participarem da I Parada do Orgulho da Família, debaixo de fortes chuvas, pensei logo: Deus se agrada daqueles que perseveram (...)” (REDE COLABORATIVA BRASIL, 2024). Acionando elementos religiosos, o conteúdo fomenta a causa Pró-Vida por meio do testemunho de Michelle que, manteve a gravidez fruto de um abuso, alegando que a “família é uma vitória de Deus, uma benção de Deus na terra”.

Na terceira, categorizada como “moralizante”, identificou-se conteúdos orientados explicitamente por preceitos morais que formulam julgamentos sobre condutas e mobilizam dicotomias valorativas associadas ao desenvolvimento embrionário e à maternidade, conforme exposto pela publicação feita no dia 29 de julho de 2021 pela Rede Estadual em Defesa da Vida: “Quem tem direito de dizer que uma vida vale mais que outra? #abortomata” (DEFESA DA VIDA AL, 2021).

Na última etapa, de tratamento e interpretação dos resultados, pudemos realizar algumas inferências sobre a construção do posicionamento antiaborto realizado pelas organizações com base no conteúdo extraído de suas publicações. As postagens funcionam como forma de enunciação que não apenas posicionam, mas convocam e produzem adesão, favorecendo o engajamento dos fiéis, ampliando a circulação das mensagens e consolidando vínculos entre o locutor e sua audiência.

Portanto, ao enunciar a defesa da vida desde a concepção até a morte natural, as organizações delimitam um regime de verdade baseado em referências bíblicas que orientam sua atuação e posiciona seus interlocutores dentro de uma comunidade de valores previamente estruturada, estabelecendo fronteiras simbólicas que definem pertencimentos, legitimidades e exclusões. Entende-se que caráter generalista no qual os perfis manifestam-se enquanto um ator coletivo contra o aborto favorece uma atuação moralizante que, para além de condenar a prática segundo um hiperenunciador, por vezes silencia dimensões concernentes aos direitos reprodutivos das mulheres.

À luz de Cooper (2019), as transformações do capitalismo contemporâneo evidenciam que economia, gênero, raça e sexualidade operam de forma indissociável na organização da vida social. Alicerçado sobre os pilares do conservadorismo moral e do que a autora chama de “valores familiares”, o capitalismo redefiniu o papel do Estado e da família, deslocando para a esfera privada a sustentação da reprodução social. Logo, a responsabilização feminina pelo cuidado e pela manutenção familiar revela uma lógica sacrificial, na qual a estabilidade econômica e moral é sustentada pelo trabalho invisibilizado em uma sociedade estruturada por hierarquias patriarcais.

Assim, a comunicação analisada revela-se como espaço de produção de pertencimento e de estabilização de sentidos, no qual religião, moralidade e política se entrelaçam. Mais do que mobilizar seguidores, os conteúdos organizam em uma forma específica de presença pública da instituição, reafirmando sua autoridade simbólica e delimitando os contornos do debate sobre direitos reprodutivos no contexto local.

Referências

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Tradução Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

BIROLI, F. Gênero e desigualdades: limites da democracia no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2018.

COOPER, M. Family values: between neoliberalism and the new social conservatism. New York: Zone Books, 2019.

DEFESA DA VIDA AL. Instagram, 29 jul 2021. Disponível em: https://www.instagram.com/defesadavida_al?igsh=ejVyZXhnYXF6ejlo. Acesso em: 06 mar. 2026.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. CENSO DEMOGRÁFICO 2022: RESULTADOS. Disponível em: <https://share.google/BIwzWpjI7LBwJrHf3>. Acesso em: 06 mar. 2026.

MAIA, R., HAUBER, G; PAULA, J. Análise de conteúdo. In MAIA, R. (Org.). Métodos de pesquisa em comunicação política. Salvador: Edufba, 2022, pp. 81-108.

REDE COLABORATIVA BRASIL. Dia do médico. *Instagram*, 18 set. 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DB430qfNKNn/>. Acesso em: 06 mar. 2026.

REDE COLABORATIVA BRASIL. Testemunho de Michele. *Instagram*, 10 ago. 2024. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C-ggN9yJuQs/?igsh=d2YwNW85Znh0bGF0>. Acesso em: 06 mar. 2026.