

OPINIÃO PÚBLICA

Opinião Pública

ISSN: 0104-6276

cesop@unicamp.br

Universidade Estadual de Campinas

Brasil

Biroli, Flávia; Mantovani, Denise  
Disputas, ajustes e acomodações na produção da agenda eleitoral: a cobertura jornalística ao  
Programa Bolsa Família e as eleições de 2006  
Opinião Pública, vol. 16, núm. 1, junho, 2010, pp. 90-116  
Universidade Estadual de Campinas  
São Paulo, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32915842004>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

*Disputas, ajustes e acomodações  
na produção da agenda eleitoral:  
a cobertura jornalística ao Programa Bolsa  
Família e as eleições de 2006*

---

---

**Flávia Biroli**

Instituto de Ciência Política  
Universidade de Brasília

**Denise Mantovani**

Programa de Pós-Graduação em Ciência Política  
Universidade de Brasília

---

---

**Resumo:** Este artigo apresenta uma análise da cobertura jornalística ao Programa Bolsa Família durante as eleições presidenciais de 2006. A pesquisa abrange um total de 166 textos que mencionaram o Programa, publicados pelos jornais *O Globo*, *O Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo* e *Valor Econômico* entre os dias 1º de setembro e 31 de outubro de 2006. Discutimos a dinâmica de produção da agenda eleitoral, observando as disputas, ajustes e acomodações que constituem a cobertura. A análise conjunta das vozes e dos enquadramentos presentes no material permite observar aspectos relevantes das interações entre os campos da mídia e da política no contexto em que a cobertura foi realizada. As conclusões ressaltam a baixa pluralidade do noticiário, associada a representações das eleições de 2006 e da democracia brasileira que têm como aspectos centrais a estigmatização dos eleitores de baixa renda e dos beneficiários de programas sociais.

**Palavras-chave:** jornalismo; agenda eleitoral; Programa Bolsa Família; debate público

**Abstract:** This article presents an analysis of the news about an important social program maintained by the federal government, Programa Bolsa Família, in the period of Brazilian major elections of 2006. The study is based in 166 texts published in the newspapers *O Globo*, *O Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo* and *Valor Econômico* between September 1st and October 31st. We discuss the production of electoral agenda, observing disputes, adjustments and accommodations that constitute news coverage. The analysis of voices and framings in the texts leads to the observation of relevant aspects of the relations between media and politics at that moment. Conclusions underline the low plurality in press coverage, connected to representations of the elections of 2006 and Brazilian democracy that include stigmatization of low income voters and beneficiaries of social programs.

**Keywords:** journalism; electoral agenda; Programa Bolsa Família; public debate

## **Introdução**

A compreensão de que os segmentos mais pobres do eleitorado definem suas preferências e seu voto de maneira enviesada foi mobilizada pelos meios de comunicação para explicar o voto em Lula nas eleições de 2006<sup>1</sup>. Os beneficiários de programas sociais e, mais especificamente, do Programa Bolsa Família, foram vistos como alvos fáceis de manipulação: seu voto resultaria da carência e da desinformação, suas escolhas seriam pouco conscientes e baseadas em uma avaliação restrita e inadequada dos seus próprios interesses. A consideração de que o voto atende a uma série de vieses, entre os quais uma perspectiva auto-interessada restrita, correspondeu, nesse caso, à estigmatização de parte do eleitorado, mas não se estendeu à avaliação das motivações dos eleitores de classe média e alta que votaram em Geraldo Alckmin – e mesmo em Lula.

Neste artigo, discutimos a dinâmica de produção da agenda eleitoral a partir da análise da cobertura dada pelos jornais *O Globo*, *O Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo* e *Valor Econômico* ao Programa Bolsa Família, entre os dias 1º de setembro e 31 de outubro de 2006, em um total de 166 textos<sup>2</sup>. Nossa análise discute a relação entre a produção da agenda, a conformação da cobertura em enquadramentos específicos e as vozes e perspectivas presentes nos textos. De maneira mais ampla, está em questão a atuação da imprensa na conformação dos limites, ênfases e silêncios que constituem o debate público, particularmente em um período eleitoral.

A cobertura ao Programa Bolsa Família permitiu que os jornais estabelecessem diferenciações entre os grupos ou programas em disputa a partir da caracterização das motivações dos eleitores ou potenciais eleitores dos dois principais candidatos. O agendamento do tema e a sua conformação em enquadramentos específicos estiveram, assim, relacionados à interação entre os atores em disputa nessas eleições.

O estudo permite observar aspectos relevantes das interações entre os campos da mídia e da política no contexto em que a cobertura foi realizada. A compreensão que orienta o estudo é a de que as relações entre os dois campos não atendem a padrões pré-determinados. A pesquisa, portanto, não posiciona os quatro jornais em um espectro pré-definido das posições em disputa, mas procura contribuir para o debate sobre o modo como a cobertura jornalística responde às diferentes pressões (do governo, dos partidos e candidatos em disputa – com os

---

<sup>1</sup> Uma versão anterior deste artigo foi apresentada ao GT “Democracia, comunicação política e eleições” do 33º Encontro Anual da Anpocs, realizado entre 26 e 30 de outubro de 2009, em Caxambu, MG. Agradecemos aos participantes do GT e, em especial, a Luis Felipe Miguel pelas críticas e sugestões.

<sup>2</sup> Este artigo se beneficia da pesquisa empírica realizada para a dissertação de mestrado de Denise Mantovani (2009). Na dissertação, a autora apresenta um mapeamento amplo dos enquadramentos presentes no material e discute a cobertura a partir de questões diversas das que são aqui apresentadas.

argumentos técnicos mobilizados e relacionados a uma ou outra posição –, das empresas jornalísticas, dos leitores, dos anunciantes) e, ao mesmo tempo, participa da definição dos sentidos e posições que constituem a disputa eleitoral. O objetivo, portanto, não é indicar “de que lado” estavam os jornais, mas como participaram da definição e diferenciação entre as posições naquele momento.

### **Meios de comunicação, agenda eleitoral e debate público**

Partimos da compreensão de que os meios de comunicação de massa e a política são dois campos que se relacionam, mas são dotados de lógicas próprias que participam da definição das rotinas, valores e hierarquias em cada um deles (BOURDIEU, 1989; MIGUEL, 2002). As interfaces entre os dois campos são, no entanto, um elemento central à análise do funcionamento cotidiano da política e das disputas eleitorais, de um lado, e do papel ocupado pelos meios de comunicação nas sociedades contemporâneas, de outro.

Os meios de comunicação têm participação destacada na delimitação do debate público de pelo menos duas maneiras. Uma delas é a definição das temáticas que são consideradas politicamente relevantes, em torno das quais se desdobram os debates e se configura a agenda da mídia (MCCOMBS e SHAW, 2000; WOLF, 2005). A outra está relacionada à consolidação de enquadramentos hegemônicos para esses temas, conferindo sentidos às disputas e estabelecendo diferenciações entre posições e atores que participam dos debates.

Nos períodos eleitorais, esse papel se conecta diretamente à definição dos termos em que as disputas se estabelecem, isto é, dos elementos que permitem, ao mesmo tempo, definir um espectro comum aos debates e demarcar as diferenças entre os discursos e posições visíveis nesse espectro. A mídia participa da definição de quais serão os temas relevantes em uma disputa específica. As pesquisas de opinião são, muitas vezes, mobilizadas para confirmar essa relevância, em circuitos em que o destaque atribuído a determinados temas e narrativas alimenta e reforça os discursos em diferentes âmbitos – na programação jornalística e de entretenimento, na propaganda política, nos debates no campo político estrito senso e em sondagens de opinião que dariam acesso à “opinião pública”. As preocupações individuais destacadas por essas pesquisas são, muitas vezes, o desdobramento de “focos” cognitivos estruturados, ao menos parcialmente, pelos próprios discursos presentes nos meios de comunicação<sup>3</sup>.

A mídia tem participação importante, ainda, na definição de como esses temas ou, mais precisamente, os sentidos a eles associados, definem as clivagens e oposições entre os atores em disputa. O problema, nesse caso, não é a origem das

---

<sup>3</sup> Para abordagens a esse respeito, conferir Bourdieu (2007) e Champagne (1990).

narrativas que atribuem relevância a determinadas temáticas, situando-as no debate eleitoral, mas a maneira como a circulação – repetida – de determinados discursos os coloca no centro das disputas e “força” o posicionamento dos atores políticos envolvidos. Há pelo menos duas fronteiras que precisam ser consideradas. Uma delas é a definição da agenda das campanhas, em suas interfaces com a cobertura midiática – não apenas no momento das eleições, mas também nos meses ou anos anteriores. A outra é a manifestação de opinião pelos eleitores, por meio de pesquisas de opinião, em suas interfaces com a cobertura midiática – novamente, não apenas no momento eleitoral, considerando que a compreensão que os eleitores têm das disputas está relacionada também a valores e discursos estruturados ao longo do tempo.

No primeiro caso, a definição das temáticas relevantes não é produto unilateral da influência da mídia sobre partidos, candidatos e estratégias de campanha<sup>4</sup> ou seu oposto, mas de uma interação que envolve complementaridade, acomodação e também disputas. Afinal, presumir a atividade de um dos atores não implica anular a do outro. No segundo, que coloca em destaque a presença da opinião dos eleitores nos debates e na cobertura midiática, a interação existe, mas pode ser considerada “estruturalmente” assimétrica. A possibilidade que o eleitor comum tem de exercer influência sobre os debates é reduzida. A presença no noticiário é concentrada em poucos atores, com características e perspectivas sociais específicas (MIGUEL e BIROLI, 2008). Nos momentos eleitorais, sobretudo, a opinião dos eleitores é medida pelas pesquisas de opinião, sem que jornalistas (e pesquisadores) levem necessariamente em conta o que está envolvido na produção das pesquisas e na formação das opiniões.

A capacidade de produção e difusão de discursos sobre o mundo social está concentrada nas mãos de poucos e o efeito das pesquisas de opinião está ligado justamente à complementaridade entre duas situações: a posse dos instrumentos de produção e difusão da opinião e a dificuldade, para a maior parte dos indivíduos, de ser portador de opiniões políticas consideradas legítimas e razoáveis. Trata-se do que Bourdieu (2007, p. 378) define como a “antinomia entre o espontaneísmo democrático [...] e o aristocratismo tecnocrático”, confirmando o desapossamento da maioria dos indivíduos na medida mesmo em que são convocados a ter uma opinião.

No caso específico da cobertura política na mídia noticiosa de grande circulação, pode-se afirmar que existe um contraste entre a idéia de que na democracia quem decide é o cidadão (portador daquela que seria a “palavra final”, o voto) e a ausência de boa parte da população dos debates nos próprios meios de

---

<sup>4</sup> Ainda que se compreenda que a mídia alimenta os debates e orienta a tomada de posição no campo político, como mostra a pesquisa de Helena Máximo, em análise dos discursos dos parlamentares brasileiros (2008).

comunicação, reproduzindo e confirmando os limites do modo atual de configuração da política. A entrada e a manutenção dos atores que detêm posições no campo político, com acesso destacado a recursos materiais e simbólicos, dependem da confirmação dos muitos atores que têm sua participação, grosso modo, reduzida ao voto. As sondagens, de um lado, e a cobertura jornalística do debate eleitoral, de outro, são parte de um *continuum* que reproduz tensões centrais às democracias tais como se configuram hoje. Nelas, a ideia de que existe uma representação da pluralidade das opiniões e interesses dos cidadãos (na política e na mídia) convive com práticas e valores que reforçam as assimetrias entre os diferentes atores, opiniões e interesses. Nas sondagens, assim como na cobertura jornalística, as perspectivas dos atores em posições de menor centralidade (cultural, social e politicamente) são consideradas a partir das perspectivas daqueles que detêm as posições mais centrais e os recursos para a produção e difusão dos discursos “legítimos”<sup>5</sup>.

A cobertura ao Bolsa Família, como se verá, permite observar essas tensões. Foi uma temática importante no debate eleitoral na mídia, funcionando como um espaço de atribuição de sentido às posições de candidatos, partidos e eleitores. Expôs, também, o contraste entre a importância da população de baixa renda como objeto das análises sobre o pleito e sobre a democracia brasileira, de modo mais amplo, e sua presença reduzida na cobertura e nos debates. A cobertura envolve o reconhecimento da centralidade dos eleitores – no caso, especificamente dos eleitores mais pobres e dos beneficiários do Bolsa Família – para a definição da disputa e, de maneira mais ampla, para o entendimento dos problemas e limites da democracia brasileira. Apresenta, também, um exemplo de como o reconhecimento dessa centralidade convive com o silêncio ou a raridade das perspectivas de segmentos importantes do eleitorado e, como desdobramento, com a representação estigmatizada de suas motivações.

### **Mídia e eleições em 2006**

Os textos que tratam do Programa Bolsa Família, analisados neste artigo, estão relacionados a uma das características da cobertura dos meios de comunicação às eleições de 2006, que foi a colocação da mídia como objeto de discussão, tematizando suas relações com candidatos e partidos e seus impactos potenciais sobre o eleitorado (LIMA, 2007). Parte das análises feitas por jornalistas e politólogos naquele momento identificou, grosso modo, um problema de desinformação – dessa perspectiva, os eleitores não deram a devida relevância à corrupção, o que estaria relacionado a vantagens obtidas por meio de programas

---

<sup>5</sup> Para uma discussão sobre a relação entre pluralidade e imparcialidade no jornalismo, cf. Miguel e Biroli, 2009.

assistencialistas e ao estilo populista do governo Lula. A desinformação andaria, assim, de mãos dadas com a *manipulação*. Outra parte das análises trabalhou, por sua vez, com variações da ideia de que não houve desinformação, mas um descompasso entre setores importantes do eleitorado e os “formadores de opinião”. Os eleitores teriam decidido com base em *outros tipos de informação e experiências* – dessa perspectiva, os eleitores deram a devida atenção para o que entenderam como sendo de fato relevante e os programas de transferência de renda, casados à redução da pobreza ao longo do mandato de Lula, tiveram um papel legítimo na definição de suas preferências.

Em uma e outra análise, a cobertura negativa sobre os escândalos de corrupção no governo, envolvendo o candidato à reeleição, não teria sido “eficaz” para motivar o voto na oposição, sobretudo entre os eleitores pobres. A análise das razões pelas quais o presidente Lula foi conduzido a um segundo mandato passou, assim, pelo problema do acesso à informação e da qualidade e variedade dessas informações na definição das preferências dos eleitores. Na primeira análise, a cobertura não foi eficaz, mas o problema estaria nos eleitores (sobretudo nos eleitores pobres e de baixa escolaridade). Na segunda, a cobertura não foi eficaz, mas o problema estaria na mídia, mais especificamente, no descompasso entre os meios de comunicação e segmentos importantes da população – ou entre os “formadores de opinião” e as opiniões correntes entre segmentos específicos do eleitorado.

Uma das perguntas comuns às análises jornalísticas e acadêmicas sobre 2006 – se houve uma conexão entre informações sobre corrupção e o voto em candidatos de oposição ou, inversamente, sobre ausência de informações sobre corrupção e o voto em Lula – nem sempre foi feita a partir de uma consideração adequada sobre o papel da mídia e as condições em que se estabelece a visibilidade dos fatos políticos. A relação entre esses fatos e as intenções de voto (ou os votos, considerando as eleições propriamente ditas) é sempre mediada, isto é, não há fatos que se impõem por eles mesmos e nem motivações engendradas por uma razão individual isolada do contexto das disputas em que as opiniões se definem e se consolidam. Os meios de comunicação são atores importantes na definição dos fatos e na consolidação e representação das motivações. Mas essa constatação não dá conta, isoladamente, da complexidade do problema, uma vez que as preferências e adesões dos indivíduos não são um subproduto do que a mídia de massas faz circular. É preciso levar em consideração a diversidade de suas experiências, sua inserção em contextos e grupos sociais específicos e sua interação diferenciada com a mídia. Os programas sociais, nesse caso, podem ser uma variável na compreensão da relação entre a experiência mais imediata dos eleitores e os fatos políticos, tais como se afirmam na interação entre os meios de comunicação e a política. As formas variadas de mediação e representação dos

acontecimentos e das experiências, são, assim, centrais à compreensão das disputas pelos eleitores. O acesso às informações não se dá de maneira isolada ou direta, mas implica diferentes formas de interação entre as experiências dos indivíduos e os julgamentos difundidos massivamente pelos meios de comunicação de massas. Por outro lado, é preciso considerar que existem outros fatores concorrendo (ou sobrepondo-se aos meios de comunicação) para a definição das preferências dos eleitores.

As eleições de 2006 permitem pensar no impacto diferenciado dos meios de comunicação sobre o público e nos limites de sua influência. Estudos mostram que a mídia impressa realizou cobertura predominantemente negativa da candidatura de Lula e do seu governo, durante a campanha e antes, desde maio de 2005, quando foi detonada a chamada crise do “mensalão” (LIMA, 2006; ALDÉ, MENDES e FIGUEIREDO, 2007). Mostram, ainda, que a cobertura negativa não se desdobrou em uma crítica consistente à atual configuração do sistema político. A discrepância entre igualdade política formal e desigualdades econômicas, entre universalidade formal de acesso e participação política e desigualdade efetiva na influência e impacto sobre as decisões no campo político não é objeto da crítica (MIGUEL e COUTINHO, 2007). Outras pesquisas, que enfatizam as estratégias presentes na campanha, mostram, por sua vez, que a candidatura de Lula apostou nos aspectos que não foram destacados pela cobertura, ou seja, nas variáveis que consolidaram as avaliações positivas de Lula e do governo. A campanha à reeleição enfatizou o crescimento econômico e as melhorias na área social, ancoradas justamente em programas sociais como o Bolsa Família, e definiu a mudança como um risco às realizações de seu primeiro mandato (MACHADO, 2009).

É nesse contexto – de cobertura negativa e propaganda que destacava as realizações do primeiro mandato de Lula e os riscos que a vitória de seu adversário representaria – que o Bolsa Família se firmou como um dos temas relevantes na agenda eleitoral, com espaço na campanha e no noticiário. Durante os anos anteriores, fez parte das estratégias do governo Lula para a produção de uma visibilidade positiva. Sua presença no debate eleitoral e, mais especificamente, na cobertura jornalística a esse debate, permite observar a permeabilidade entre as temáticas das campanhas dos candidatos, a comunicação institucional do governo (uma vez que o presidente Lula era candidato à reeleição) e a conformação da agenda nos meios de comunicação. Nos jornais analisados na pesquisa, o programa permitiu, em vários momentos, diferenciar não apenas a posição dos principais candidatos à presidência, mas também as posições dos eleitores e as motivações presumidas para sua adesão a uma ou outra candidatura.

Além da definição dos termos das disputas, o Bolsa Família foi uma das temáticas que motivaram a seleção dos atores e perspectivas que constituíram as representações dessas disputas na mídia. Os jornalistas, em sua rotina, incorporam

critérios compartilhados, válidos em um dado momento, para a definição das “fontes” e das “personagens” presentes nos textos jornalísticos. Esses critérios, por sua vez, estão relacionados às formas de valorização dos atores em seus próprios campos (que não estão dissociadas da visibilidade que têm nos meios de comunicação, mas não se reduzem a ela) e às formas de valorização social ativas, definidas por critérios e características de classe, gênero, raça e nível educacional que constituem o capital social dos diferentes atores, sua competência social presumida.

A presença do Programa Bolsa Família na mídia impressa em 2006 envolveu, assim, o destaque atribuído a determinados atores no noticiário (quem entre políticos, eleitores e técnicos detinha, naquele momento, posição legítima para se manifestar) e a confirmação de que os programas assistencialistas ou de transferência de renda, de acordo com a perspectiva assumida, consistiam em uma variável importante naquela disputa.

### **O Bolsa Família e os sentidos da disputa eleitoral na cobertura jornalística**

Como antecipamos na introdução, o artigo analisa textos publicados na imprensa diária sobre o Programa Bolsa Família. O recorte cronológico foi definido com o objetivo de observar o tema como parte da cobertura eleitoral. Inicialmente, foram lidos todos os textos publicados entre 1º de setembro e 31 de outubro de 2006, em um total de 240 edições dos jornais brasileiros diários *O Globo*, *O Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo* e *Valor Econômico*. Essa leitura permitiu, então, selecionar os textos que tratavam do Programa Bolsa Família naquele período e naquele conjunto de edições, isto é, todos os textos que mencionavam ou discutiam mais detidamente o Bolsa Família. Resultou, então, um corpus de 166 textos, presentes em 93 edições (38,7% do total de edições inicialmente pesquisadas).

O *corpus* da pesquisa inclui textos que podem ser caracterizados como informativos (como as reportagens) e opinativos (como os editoriais, entrevistas e artigos assinados). Essa opção decorre da proposta da pesquisa – de verificar a correlação entre as abordagens do Bolsa Família e as representações da disputa eleitoral nos jornais –, mas decorre, sobretudo, da orientação teórico-metodológica aqui assumida. Nos estudos sobre enquadramento, dos quais se alimenta a análise, a divisão entre “fatos” e “opiniões” se enfraquece, inclusive como recurso metodológico, devido ao entendimento de que a seleção dos temas e dos recursos narrativos e argumentativos retoma entendimentos prévios, atualizando seqüências cognitivas específicas (GOFFMAN, 2006). Não é possível, dessa perspectiva, distinguir os temas das abordagens que lhes tornam compreensíveis ao público, assim como não é possível distinguir os fatos narrados dos percursos cognitivos mobilizados para que “façam sentido”. Essa compreensão fundamenta a apreensão

conjunta dos textos publicados nas seções de opinião e de informação dos jornais: o objetivo é perceber quais as representações presentes e seus efeitos naquele contexto específico, e não se existe ou não adesão valorativa ou viés.

O jornal *O Globo* foi o que mais tratou do Bolsa Família, com 60 textos (36,1%), seguido da *Folha de São Paulo*, que publicou 45 (27,1%) e do *Valor Econômico* com 32 textos (19,3%). O jornal *O Estado de São Paulo* publicou 29 (17,5%) textos sobre o Bolsa Família, o menor número entre os quatro jornais, especialmente se comparado aos dois jornais de perfil semelhante ao seu. A inclusão de *O Valor Econômico* foi feita a partir de uma observação prévia da cobertura. O foco em um público específico e o caráter mais técnico que o jornal procura assumir não impediram o compartilhamento de aspectos relevantes da agenda política e eleitoral na mídia. Sua análise permitiu, assim, uma comparação produtiva com os demais jornais e, ao mesmo tempo, reforçou a discussão sobre as perspectivas técnicas apresentadas na cobertura e o desapossamento do eleitor pobre e beneficiário do Bolsa Família, que não se constitui como sujeito de opinião.

O estudo partiu, portanto, de um recorte temático – textos jornalísticos que versaram sobre o Bolsa Família –, inserido em um contexto específico – o da disputa eleitoral em 2006. Considerado esse recorte, a análise se divide em dois eixos complementares: análise das “vozes” e análise dos “enquadramentos” presentes nos textos. No primeiro, procura explicitar quais os atores e perspectivas presentes na cobertura jornalística (quem fala nos textos e a partir de que posições); no segundo, busca expor as narrativas que organizam os textos publicados e atribuem sentido, simultaneamente, ao Bolsa Família e à disputa eleitoral.

### **Vozes presentes na cobertura jornalística**

As fontes e personagens citadas na cobertura foram divididas em seis categorias, correspondentes aos tipos de “vozes” presentes nos textos analisados.

**Quadro 1**  
**Vozes presentes nos textos analisados**

(1) Técnicas: especialistas, pesquisadores, estudiosos que se manifestaram sobre o Programa
(2) Populares: cidadãos e eleitores “comuns”, em geral beneficiários do Programa; indivíduos que não são associados, no noticiário, a competências ou posições institucionais específicas.
(3) Político-eleitorais: candidatos, coordenadores das campanhas, lideranças do governo, lideranças de partidos políticos, indivíduos tomados como representantes do governo e da oposição,
(4) Movimentos sociais, sindicatos e ONGs: vozes institucionais ou de indivíduos tomados como representantes desses atores e instituições
(5) Empresários, federações e associações de empregadores: vozes institucionais ou de indivíduos tomados como representantes desses atores e instituições
(6) Outros

A análise das vozes correspondentes a cada uma dessas categorias teve o objetivo de mapear o recurso aos diferentes atores e posições sociais. Foram consideradas todas as personagens presentes nos textos (isto é, os atores que “falaram” nos textos, citados com voz direta ou indireta). A análise verificou se havia nos textos vozes correspondentes a cada uma das categorias, resultando na seguinte distribuição<sup>6</sup>:

**Tabela 1**  
**Vozes presentes na cobertura jornalística ao Bolsa Família**

Tipos de vozes	Presença nos textos	Frequência (%)
Político-eleitoral	86	51,8
Técnica	80	48,2
Popular	17	10,2
Empresarial	3	1,8
Movimento Social Organizado	1	0,6

<sup>6</sup> Trata-se, portanto, de uma contabilização dos tipos de vozes e não de cada uma das fontes ou personagens presentes. O resultado indica quais são as posições (de acordo com as categorias mencionadas) mobilizadas na cobertura, mas não permite quantificar os atores correspondentes a cada uma delas.

As vozes “político-eleitorais” estiveram, assim, presentes em 86 entre os 166 textos (51,8%). Isso se explica pelo fato, já mencionado, de que o noticiário sobre o Programa Bolsa Família foi parte da cobertura eleitoral. Muitas das vozes presentes na cobertura defendiam ou criticavam o programa no contexto do debate eleitoral, posicionavam-se em relação a sua continuidade, explicavam sua relação com um ou outro candidato e com o governo Lula.

As vozes “técnicas” estiveram, por sua vez, presentes em 80 textos ou 48,2% do material analisado, explicitando a ênfase, na abordagem dada ao programa, às explicações “competentes” e de atores com posição especializada e legitimada institucionalmente. Nesse caso, vale ressaltar que as vozes técnicas tiveram maior concentração na cobertura do *Valor Econômico* (62,5% dos textos, 14,3 pontos acima do percentual médio), que foi, por outro lado, aquele que apresentou o menor percentual de textos com presença de vozes “político-eleitorais” entre os jornais pesquisados (28,1%, 23,7 abaixo do percentual dos 51,8% no material). Esse dado está relacionado ao perfil diferenciado e mais especializado desse jornal, comparativamente aos demais (ainda que se possa fazer um paralelo com as editorias de economia e os profissionais da cobertura econômica nos outros três jornais). Mas está relacionado, também, ao fato de que o *Valor Econômico* foi o jornal que mais apresentou uma caracterização “técnica” do programa, por meio da ênfase em estudos e dados. Vale observar, no entanto, que a razão pela qual o tema se consolida no noticiário naquele momento, inclusive no *Valor Econômico*, é o fato de fazer parte do debate eleitoral. O jornal, portanto, não tem uma posição exterior à agenda presente nos demais, mas assume uma perspectiva que confirmaria seu perfil “técnico” e especializado.

As vozes “populares” são aquelas entre as quais estão os beneficiários do Bolsa Família. Estão presentes em 17 ou 10,2% das matérias analisadas, ficando à frente apenas dos “empresários” (com 3 citações e presença em 1,8% do material) e dos “movimentos sociais”, que tiveram apenas 1 citação e presença em 0,6% do material. Sua maior presença foi nos textos do jornal *O Globo*, que apresentou 16,7% das matérias em que os “populares” estiveram presentes. O jornal com menor presença de populares entre seus textos, no entanto, não foi o *Valor Econômico*, como se poderia pensar partindo de uma hipótese de que haveria um contraponto entre vozes “técnicas” e “empresariais” (nos dois casos, com maior concentração no *Valor Econômico*) e vozes “populares”. O jornal que apresentou o menor número de matérias em que “populares” foram ouvidos foi *O Estado de São Paulo*, com apenas 1 entre os 17 textos em que estiveram presentes. Vale observar, no entanto, que o número reduzido e, com a exceção de *O Globo*, a pouca diferença entre os jornais (2 textos na *Folha de São Paulo* e 4 no *Valor Econômico*) não permitem estabelecer com segurança uma clivagem entre os veículos.

O que nos parece, de fato, relevante levando em consideração esse mapeamento das vozes é a configuração geral do debate sobre o Bolsa Família na cobertura. O contraponto entre os 51,8% dos textos em que estão presentes “vozes político-eleitorais”, os 48,2% que apresentam “vozes técnicas” e os 10,2% que apresentam “vozes populares” nos leva a uma constatação preliminar: a de que a perspectiva jornalística ressalta e confirma as perspectivas técnicas e as que já têm posição destacada na disputa político-eleitoral, atribuindo pouca visibilidade (e, portanto, destaque) aos “populares” beneficiários do programa.

O estudo corrobora, assim, a compreensão de que a cobertura na mídia confirma os limites e as formas atuais de concentração de poder e exclusão no campo político. Isso se desdobra, nessa análise específica, em dois entendimentos. Um deles é que o predomínio e relevância da perspectiva “técnica” excluem ou minimizam a importância das perspectivas (e da avaliação) daqueles que recebem o benefício. O outro é que a ênfase no debate político-eleitoral e na abordagem a partir das perspectivas dos atores institucionais que fazem parte da disputa reforça a diferenciação entre os discursos entendidos como politicamente válidos (e propriamente políticos) e os discursos considerados marginais ou relegados à exterioridade dos expectadores. Os populares são considerados atores importantes na definição da disputa – eleitores pobres, que poderiam definir o pleito –, mas são objetos de discurso, mais do que sujeitos, e são representados, em grande medida, como beneficiários passivos de programas de caráter assistencialista. Essa discussão será retomada na análise dos enquadramentos.

### **Enquadramentos presentes na cobertura jornalística ao Bolsa Família**

Uma análise anterior do material permitiu distribuir os textos entre dois eixos temáticos centrais, aos quais chamamos “Uso eleitoral do Programa Bolsa Família” e “O Programa Bolsa Família como política social” (MANTOVANI, 2009). No primeiro eixo, como o título explicita, estão reunidos os enquadramentos que apresentam o Programa sob uma ótica eleitoral, em geral relacionando-o a estratégias de Lula e do PT para sua manutenção no poder. No segundo eixo, estão os enquadramentos nos quais o Programa é apresentado como uma política social que deve ser analisada.

Cada um dos eixos temáticos reúne um conjunto específico de enquadramentos presentes nos diferentes jornais, no período, como se pode observar na Tabela 2:

**Tabela 2**  
**Eixos temáticos e enquadramentos na cobertura jornalística ao Bolsa Família**

Eixos Temáticos		Enquadramentos	Totais
Uso eleitoral do programa Bolsa Família	64,5% (107)	O Bolsa Família reforça divisões regionais e conflitos de classe	25,3% (42)
		O Bolsa Família é uma estratégia eleitoreira	20,5% (34)
		O Bolsa Família foi um recurso para o terrorismo eleitoral	18,7% (31)
Bolsa Família como programa social	35,5% (59)	O Bolsa Família é assistencialista e não tem impacto sobre a economia	18,6% (31)
		O Bolsa Família transfere renda	7,8% (13)
		O Bolsa Família transfere renda, mas não é programa social	9,1% (15)
			100% (166)

Neste artigo, analisamos apenas os enquadramentos presentes no eixo temático “Uso eleitoral do Programa Bolsa Família”. A opção se deve ao fato de que eles são particularmente relevantes para a análise da relação estabelecida na cobertura entre o acesso ao benefício, o pouco acesso a informações como base para a formação das preferências e o voto em Lula. Essa conexão está presente em todo o material, mas tem maior impacto sobre a organização dos textos presentes no primeiro eixo.

Pode-se considerar, de acordo com a literatura sobre o conceito de “enquadramento”, que os enquadramentos presentes nos textos correspondem a interpretações da realidade que foram privilegiadas, em detrimento de outras (PORTO, 2004). São ênfases que permitem a retomada de sentidos já cristalizados, no sentido proposto por Goffman (2006). Isso não significa que a presença dos diferentes enquadramentos exclua enquadramentos concorrentes, constituindo um contexto harmônico para a significação dos fatos e a valorização dos atores. A convivência entre os enquadramentos permite identificar os “atributos dominantes” em um texto, sem que se deixe de considerar os conflitos e ambigüidades que estão presentes (AZEVEDO, 2004). Trata-se de assumir metodologicamente que o texto jornalístico se faz de ênfases, destaques e silêncios, que potencializam (sem determinar) leituras.

Os enquadramentos analisados – “O Bolsa Família reforça divisões regionais e conflitos de classe”, “O Bolsa Família é uma estratégia eleitoreira” e “O Bolsa Família foi um recurso para o terrorismo eleitoral” – têm especificidades que

justificam que sejam trabalhados como enquadramentos distintos, mas há sobreposições e compartilhamentos de aspectos importantes das narrativas mobilizadas, atribuindo sentidos comuns ou complementares ao Programa e à disputa eleitoral.

O primeiro desses enquadramentos apresenta o Bolsa Família como responsável pela acentuação ou produção de uma divisão do país, desdobrada em votos nos dois principais candidatos à presidência, Lula e Alckmin. As fronteiras entre divisão de classe, divisão entre sul e norte e divisão entre regiões produtivas e improdutivas são móveis. Faz parte desse enquadramento, de maneira central, a compreensão de que a política adotada pelo governo Lula e a adoção de um programa nos moldes do Bolsa Família, em especial, acentuariam ou promoveriam a divisão entre ricos e pobres. As narrativas mobilizadas envolvem compreensões da relação entre o governo Lula, o Programa Bolsa Família e os conflitos e diferenças de classe existentes na sociedade brasileira.

O segundo enquadramento, “O Bolsa Família é uma estratégia *eleitoreira*”, mobiliza especificamente narrativas que associam o Bolsa Família a estratégias eleitorais (e, sobretudo, *eleitoreiras*, em sentido pejorativo) de Lula e do PT. Os textos classificados nessa categoria mobilizam perspectivas relevantes sobre o perfil do eleitorado brasileiro e os problemas que caracterizariam as eleições e a representação política, em sentido mais amplo, no Brasil. Existe uma relação entre a caracterização do Programa como assistencialista e populista e a compreensão de que parte do eleitorado brasileiro é manipulável e, portanto, não *escolhe* de maneira autônoma a quem dará seu voto. Esse enquadramento se conecta diretamente ao problema, discutido nas seções anteriores, da relação entre os meios de comunicação e a definição do comportamento dos eleitores, remetendo a outros aspectos do noticiário: as denúncias de corrupção. Há, assim, uma avaliação negativa da correspondência entre o Bolsa Família e o voto em Lula, que seria um desdobramento da falta de informação e de decisões orientadas pela obtenção de vantagens pessoais e pontuais.

O terceiro e último enquadramento destacado nesta análise tem continuidades importantes em relação ao anterior porque pressupõe uma opção por Lula devido aos benefícios assistencialistas recebidos. “O Bolsa Família foi um recurso para o *terrorismo eleitoral*”, como definimos esse enquadramento, remete ao risco de que esse benefício fosse extinto se Geraldo Alckmin vencesse as eleições. Uma especificidade desse enquadramento é que a alternância entre as diferentes vozes presentes nas matérias (especialmente as de representantes de uma ou outra candidatura e as dos poucos beneficiários do programa presentes nos textos) é um elemento relevante para a análise das interações entre os campos jornalístico e político. Essa temática e a própria definição de determinadas práticas como “terrorismo eleitoral” foi agendada pela campanha de Alckmin, mas mobilizou, nos jornais, integrantes das duas campanhas – de um lado, a defesa do Programa

associada à defesa da própria campanha de Lula; de outro, a denúncia do programa como estratégia eleitoreira (presente no segundo tipo de enquadramento apresentado), associada à denúncia de que a campanha de Lula propagava uma falsa ameaça.

A análise permitiu registrar mais de um enquadramento por texto. Vale lembrar que esses enquadramentos correspondem à mobilização de narrativas estruturadas, nas quais o Bolsa Família ganha sentido. É, também, por meio dessas narrativas que se estabelecem pontos de partida para a apreensão, pelo leitor, de correlações específicas entre o programa e a disputa eleitoral. A Tabela 3 abaixo, apresenta a divisão dos textos publicados por cada um dos jornais entre as categorias de enquadramento analisadas:

**Tabela 3**  
**Concentração dos enquadramentos nos jornais**

Jornais/Enquadramentos	Conflitos de classe	Estratégia eleitoreira	Terrorismo eleitoral	Total por jornal
<i>O Globo</i>	12 (32,4%)	<b>17 (45,9%)</b>	8 (21,6%)	37 (100%)
<i>Folha de São Paulo</i>	<b>13 (41,9%)</b>	6 (19,4%)	12 (38,7%)	31 (100%)
<i>Valor Econômico</i>	<b>8 (44,4%)</b>	7 (38,9%)	3 (16,7%)	18 (100%)
<i>O Estado de São Paulo</i>	<b>9 (42,9%)</b>	4 (19%)	8 (38,1%)	21 (100%)
Total por enquadramento	42 (39,3%)	34 (31,8%)	31 (29%)	107 (100%)

Em todos os jornais, com exceção de *O Globo*, a maior concentração foi do enquadramento que apresentava o Bolsa Família em narrativas que destacavam conflitos de classe ou regionais. É no jornal *O Estado de São Paulo*, no entanto, que existe uma relação mais explícita entre uma avaliação negativa do programa e clivagens sócio-econômicas e regionais. A relação entre comportamento eleitoral e pobreza é fortemente associada, no caso desse jornal, também ao argumento de que algumas regiões e unidades da federação detêm um papel no desenvolvimento sócio-econômico do país que não corresponde a seu poder político, o que se deveria a distorções nas regras eleitorais, entre outros fatores.

*Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo* apresentam a maior concentração do enquadramento “terrorismo eleitoral”. A *Folha de São Paulo* foi o jornal que inicialmente mobilizou as narrativas a ele relacionadas. O jornal investiu, em várias edições, em uma polêmica que se estabeleceu a partir da compreensão de que a campanha de Lula apostava em mentiras e na ameaça de extinção de benefícios sociais. A relação entre os dois jornais paulistas (de agendamento recíproco) e o fato de que a cobertura tenha se iniciado a partir de um discurso de Marta Suplicy em São Paulo, estão relacionados à menor centralidade no *O Globo*. Por outro lado,

essa temática teve menor entrada no jornal *Valor Econômico* porque estava relacionada, diretamente, à campanha eleitoral, enquanto o foco daquele jornal foi para o Bolsa Família e a economia, mesmo quando destacou o programa como uma variável relevante da disputa eleitoral.

A seção seguinte traz a análise dos textos publicados, de acordo com a divisão entre os três enquadramentos trabalhados.

*O Bolsa Família produz e reforça divisões regionais e conflitos de classes*

Os 42 textos em que esse enquadramento esteve presente correspondem a 25,3% do material publicado sobre o Bolsa Família no período. O eixo central às narrativas mobilizadas por esse enquadramento é a relação entre pobreza, assistencialismo e voto. De maneira mais específica, no debate eleitoral de 2006, essa narrativa implica em uma orientação do entendimento sobre os resultados das eleições. Os votos que levaram Lula ao segundo turno e sua vitória seriam o resultado de um viés nessas eleições, apresentando uma nítida divisão regional e socioeconômica entre o eleitorado de Lula e o de Alckmin. O Bolsa Família teria sido um fator central à produção dessas clivagens, isto é, um fator importante para explicar porque os eleitores mais pobres e que vivem nas regiões mais pobres do país votaram predominantemente em Lula.

A pesquisa realizada não permite comparar de maneira sistemática a cobertura eleitoral em 2006 à cobertura em 1994 e 1998, quando o Plano Real foi central aos enquadramentos que configuraram a cobertura da mídia. Os estudos sobre essas eleições permitem, no entanto, avançar numa hipótese, a de que a relação entre o Plano Real e a estabilidade econômica foi destacada pela cobertura em 1994 e 1998, levando a um entendimento de que a opção dos eleitores por Fernando Henrique Cardoso era legítima. Os sentidos associados ao voto “pelo Real” o definiam como uma opção “correta” por soluções de caráter duradouro (e que, portanto, transcendiam o auto-interesse e os benefícios pontuais). Além disso, vale observar que nas eleições anteriores a divisão regional não foi mobilizada como explicação, ainda que ela seja uma variável para o entendimento dos impactos de uma campanha e da permeabilidade de partidos e candidatos pelo país.

Em alguns casos, os textos publicados responsabilizam explicitamente a campanha de Lula por produzir rivalidades e divisões entre ricos e pobres – que não existiriam concretamente, portanto, mas seriam resultado das disputas simbólicas durante as eleições. A edição do jornal *O Globo* de 24 de outubro de 2006 parte de declarações de Alckmin para destacar que “é grave a divisão que semearam no país”. Com base no resultado do primeiro turno, a reportagem explica que os resultados demonstraram “uma separação geográfica” em relação à preferência do eleitor. É Geraldo Alckmin quem verbaliza, no texto, o significado dessa “geografia”:

“É grave a divisão que alguns semearam no país, do ponto de vista regional, econômico e até de renda. E se é assim, é bom dizer que estou entre os pobres e ele (Lula) com os ricos, já que o patrimônio dele é maior que o meu” (Freire, Flávio. “Alckmin acusa Lula de provocar racha entre ricos e pobres”, *O Globo*, 24, out., 2006, p. 8). Na mesma edição, um dos principais colunistas políticos do jornal (e do jornalismo das empresas *Globo*), Merval Pereira, expõe argumentos atribuídos ao cientista político Romero Jacob que localizam a divisão regional no discurso de Lula, e não em diferenças regionais que existiriam efetivamente: “ao contrário do que Lula vem propalando não há uma divisão simplista entre o Brasil do norte e o Brasil do sul” (Pereira, Merval. “Anatomia do voto”, *O Globo*, 24, out., 2006, p. 4). Antes disso, durante o mês de setembro, *O Globo* já publicava reportagens sobre a mudança do perfil do eleitor de Lula, falando do aumento da “preferência do eleitorado mais pobre, menos instruído e do Nordeste notadamente a partir de 2002, quando Lula assumiu o poder”. As vozes inseridas nas matérias confirmam a relação entre o voto em Lula, o Bolsa Família e a divisão sócio-econômica e regional.

Os eleitores presentes nas matérias confirmam, assim, as narrativas mobilizadas nesse enquadramento do Bolsa Família. Em sua grande maioria, os eleitores que declararam ter votado em Lula e estão presentes nas matérias são beneficiários do Programa Bolsa Família, vivem em municípios pobres e com pouca infra-estrutura e altos índices de desemprego. Quando são moradores de centros urbanos, vivem em favelas e regiões periféricas. Por outro lado, os eleitores de Alckmin presentes nas matérias, também de forma quase absoluta, correspondem a segmentos com alta escolaridade e poder aquisitivo e são empresários ou produtores rurais que expressam desacordos com a política econômica de Lula. Além disso, esses últimos vocalizam, nas matérias, a insatisfação com a conduta ética do PT e de integrantes do governo Lula. São, em sua maioria, moradores de regiões mais favorecidas do país ou de bairros de classe média e alta de centros urbanos do sul e sudeste.

Uma reportagem publicada pelo jornal *O Globo* em 17 de setembro de 2006 é representativa do que acabamos de falar. É também representativa da acomodação entre opiniões favoráveis ao Programa Bolsa Família em narrativas desfavoráveis à reeleição de Lula. Essa acomodação está diretamente relacionada a “quem” emite as opiniões no texto e à conexão entre assistencialismo, manipulação e voto em Lula. A reportagem trata de uma pequena cidade do Recôncavo Baiano (São Francisco do Conde), com 27.300 habitantes, onde 94% dos eleitores votaram em Lula em 2002 e repetiriam o voto em 2006 “por causa do Programa Bolsa Família” – segundo a reportagem, 10% da população local recebem o Bolsa Família. As declarações presentes na reportagem, todas elogiosas a Lula, são feitas pelos beneficiários do Programa: “Eu gasto R\$ 600,00 por mês, sem este dinheiro [do

Programa Bolsa Família] não ia dar. É por isso que vou votar no Lula de novo. Ele me deu uma ajuda grande” (Menezes, Maia. “Em reduto lulista na Bahia, apoio até do PP”, *O Globo*, 17, set., 2006, p. 22).

O exemplo mais taxativo desse tipo de narrativa está no jornal *O Estado de São Paulo*. A análise do jornal sobre o primeiro turno das eleições pode ser resumida pelo enunciado presente em matéria publicada no dia 3 de outubro: “Alckmin ganhou no Brasil que sustenta o governo federal e perdeu no Brasil que é sustentado pelo governo federal” (Editorial “Por que Lula não levou”, *O Estado de São Paulo*, 03, out., 2006, p. A3).

Isso não significa que não existam tensões ou ambigüidades constitutivas desse enquadramento – certamente mais presentes nos jornais *O Globo*, *Folha de São Paulo* e *Valor Econômico* do que no jornal *O Estado de São Paulo*. O jornal *O Globo* fornece vários exemplos. A estigmatização do voto em Lula e do eleitorado de baixa renda (com destaque para os beneficiários do programa) convive com narrativas que entendem que a relação entre assistencialismo e voto provocou mudanças nas regiões mais pobres do país. A edição de *O Globo* de 29 de outubro de 2006 traz uma reportagem que afirma que “com a força eleitoral de Lula, uma nova geração de políticos derrota nas urnas antigos caciques da região”, destacando as vitórias de Jacques Wagner (BA), Marcelo Déda (PI), Eduardo Campo (PE) e Cid Gomes (CE), vistos como novos políticos apoiados por Lula e vencedores em estados anteriormente “comandados por tradicionais oligarquias políticas” (Camarotti, Gerson. “Nordeste vê o ocaso do coronelismo”. *O Globo*, 29, out., 2006, p. 16). É parte da ambigüidade constitutiva das matérias a presença simultânea da associação entre assistencialismo e manipulação e do entendimento de que, como em eleições anteriores, é a economia que define o voto (inserindo o Bolsa Família, portanto, entre os resultados presumidos como positivos da política social do governo Lula, que se desdobrariam em aquecimento da economia local, no entendimento presente em alguns textos). De modo semelhante, existe uma tensão entre a afirmação de que existem divisões de classe determinando as clivagens entre os eleitores e a negação de que existem conflitos de classe que poderiam manifestar-se, legitimamente, em diferentes comportamentos eleitorais.

Esse mesmo tipo de ambigüidade está presente em outros jornais. No dia 3 de outubro, a *Folha de São Paulo* publicou um texto em que analisa o mapa do resultado das votações. Nele, a avaliação é que o resultado nas urnas “não se resume à vinculação mais óbvia”, da superioridade de Lula nas regiões mais pobres com a “massificação do Programa Bolsa Família nestes lugares”. Seria preciso vincular essa variável e o aumento do rendimento familiar ao crescimento da indústria e comércio nas regiões do norte e nordeste, que teria ajudado “a criar novos consumidores na classe C e D”. O contraponto seriam os efeitos negativos sobre setores da economia, como a agropecuária, no sul e no centro-oeste. Nesse

caso, a análise das eleições concentra-se na idéia de que os efeitos da economia sobre o consumo, de um lado, e sobre os lucros, de outro, orientam o comportamento eleitoral, mais do que na relação entre assistencialismo e voto (Fabio, Victor e Kobus, Paulo. “Lula perde votos onde economia patina”. *Folha de São Paulo*, 03, out., 2006, p. E16).

O destaque ao Bolsa Família na cobertura, em conexão com a explicação para o voto em Lula, só pode ser entendido se consideradas essas ênfases (nas eleições de 2006) e as variações de ênfase (em relação às eleições anteriores, que não foram trabalhadas neste artigo).

#### *O Bolsa Família é uma estratégia eleitoreira*

Nesse caso, os 34 textos que apresentam esse enquadramento correspondem a 20,5% do total de textos sobre o Bolsa Família publicados no período. Há, como se disse antes, um *continuum* entre esse enquadramento e o anterior, apesar de suas especificidades. Em comum está a associação entre comportamento eleitoral e assistencialismo. Mas o destaque, neste caso, é para a compreensão de que o governo estruturou o Programa Bolsa Família e outros programas de caráter assistencialista como estratégias eleitorais – que mostravam, então, sua eficácia. A narrativa central a esse argumento significa, portanto, o entendimento de que os programas do governo são assistencialistas e foram assim concebidos para produzir um eleitorado cativo. Consiste, por outro lado, no entendimento de que o fator que define o voto em Lula é o acesso aos programas de caráter assistencialista existentes em seu governo e a ele associados, de maneira personalista.

A *Folha de São Paulo*, em sua edição de 15 de outubro de 2006, traz uma reportagem representativa. A análise do resultado do primeiro turno das eleições aparece sob o título “Urna premia ação assistencialista de Lula”. O jornal apresenta uma correlação entre o resultado eleitoral no primeiro turno e o número de famílias atendidas pelo Bolsa Família e por programas de previdência social. Existe uma tensão entre a compreensão de que é o caráter assistencialista dos programas que produz votos e a narrativa, já mencionada antes, de que o fator definidor do voto é a economia (em sentido mais amplo). A reportagem expõe uma correspondência entre crescimento econômico local e crescimento do número de votos em Lula. Essa análise remete, também, a um aspecto discutido no enquadramento anterior, referente ao maior impacto da candidatura de Lula nas regiões mais pobres do país: é nas regiões nordeste e norte que está o maior número de beneficiários do Programa Bolsa Família, entre 42,1% e 50% da população. É nessas regiões, também, que está a maior concentração de votos em Lula, que variou entre 56,1% e 80% dos votos válidos. Para a região sul, a

reportagem mobiliza o contraponto: entre 10% e 26% dos habitantes eram, então, beneficiários do Bolsa Família e Lula obteve entre 20% e 44% dos votos válidos. “Onde há menos programas sociais e pessoas recebendo salário mínimo, o tucano teve mais votos” é a conclusão, orientando a explicação para o comportamento dos eleitores em 2006 (Canzian, Fernando. “Quanto maior a concentração de programas sociais e assistenciais no O Estado de São Paulo, maior a votação do presidente”. *Folha de São Paulo*, 15, out., 2006, p. A12).

Na mesma reportagem, o jornal mobiliza argumentos de “especialistas” que confirmam essa análise. Em uma primeira compreensão, “o governo retira recursos de quem produz para repassar a quem não produz”, como enuncia o economista Celso Toledo. Em outra, o resultado da votação é vinculado às formas de transferência de renda adotadas pelo governo, o que revelaria que “o eleitor brasileiro continua propenso ao voto clientelístico”, segundo palavras do cientista político Leôncio Martins Rodrigues. Por fim, existe uma associação entre os programas sociais e o que é enunciado como uma idéia “eleitoreira de encenação do governo Lula pró-pobres”, nas palavras do sociólogo Antonio Flávio Pierucci.

Antes, em edição de 8 de outubro de 2006, esse mesmo enquadramento esteve presente em reportagem feita a partir de pesquisas eleitorais realizadas pelo Instituto Datafolha, antecipando resultados para o segundo turno. A avaliação é que os eleitores que ganham menos de dois salários mínimos são responsáveis pela vitória de Lula, com 50% das intenções de voto, contra 43% de Geraldo Alckmin. Além da renda, esse texto ressalta também outras características que diferenciariam os eleitores de Lula e Alckmin: “quanto mais branco, mais rico e mais escolarizado, mais o eleitor pende para o candidato tucano”. (Marreiro, Flávia e Cariello, Rafael. “Massa dos que ganham até R\$700,00 dá vantagem a Lula. *Folha de São Paulo* 08, out., 2006, p.A4).

Nesse caso, a cobertura apresenta uma tensão paralela àquela discutida quando tratamos do primeiro enquadramento. Os quatro jornais mobilizaram, predominantemente, uma narrativa que associa o Programa Bolsa Família a uma estratégia do governo para a obtenção de benefícios eleitorais – e os eleitores de baixa renda a uma racionalidade eleitoral “rasa” ou à vulnerabilidade à manipulação. Mas essa predominância não significa que não tenham sido mobilizadas narrativas antagônicas. O jornal *Valor Econômico*, sobretudo, apresenta como parte desse enquadramento o questionamento à associação negativa entre os benefícios do Programa Bolsa Família e o comportamento dos eleitores. Em coluna publicada na edição de 28 de setembro de 2006, Maria Inês Nassif considera não apenas a ideia de que as eleições de 2006 apresentariam um corte social bastante claro, mas também a de que a análise desse corte social seria eivada de preconceitos. O pressuposto do “voto vendido” pelos beneficiários do Bolsa Família

seria, assim, parte da visão preconceituosa dos “formadores de opinião” sobre os eleitores de baixa renda. Nas palavras da colunista:

*“(...) por que a elite, em vez de fazer a reflexão sobre a realidade social do país, assume um discurso que pretende criminalizar a pobreza por uma escolha democrática? A escolha do pobre não é crime. Reflete anseios, um descaso secular, uma distância profunda dos ricos. É uma escolha racional” (Nassif, Maria Inês. “Porque são pobres, nordestinos e negros. Valor Econômico, 28, set., 2006, p. A6).*

O *Valor Econômico* apresenta, ainda, a posição de especialistas que entendem que a associação direta entre o Bolsa Família e o comportamento eleitoral é equivocada. Em duas reportagens publicadas logo após o primeiro turno, o jornal apresenta dados e argumentos que sustentam que o Bolsa Família “não foi um fator tão decisivo quanto a oposição temia: Lula venceu em sete dos dez estados em que o Programa Bolsa Família atinge pelo menos 30% das famílias”. Em alguns estados desta categoria, segundo a reportagem, “o Programa Bolsa Família não foi suficiente para contrabalançar fatores como a crise do agronegócio exportador” (Felício, César e Bolças, Cibele. “Bolsa família tem impacto irregular”, *Valor Econômico*, 02, out., 2006, p. A11). A outra reportagem, publicada em 10 de outubro, sustenta que o Programa “ajudou Lula, mas não foi decisivo” para a vitória no primeiro turno. A economista da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) Lena Lavinias afirma, no texto, que Lula recebeu grande votação no nordeste por uma gama de fatores entre os quais o Programa Bolsa Família é marginal, como “a identificação com a população local e as dificuldades da oposição de fazer o mesmo” (Felício, César. “Impacto do Bolsa Família depende da região”. *Valor Econômico*, 10, out., 2006, p. A12).

Como foi dito, essa não foi a narrativa predominante, nem mesmo no *Valor Econômico*, que mantém a clivagem entre eleitores de baixa renda (definidos como beneficiários do programa) e eleitores de maior renda, pouco caracterizados, ainda que procure fazer uma análise de caráter técnico do programa. As palavras de Antonio Flávio Pierucci, publicadas em reportagem da *Folha de São Paulo* e mencionadas antes, na discussão do primeiro tipo de enquadramento, mobilizam os pressupostos que caracterizam este segundo enquadramento: a idéia “eleitoreira de encenação do governo Lula pró-pobres” pressupõe justamente que os programas são assistencialistas e foram pensados como uma forma de colocar fileiras de eleitores de baixa renda e alta vulnerabilidade à manipulação ao lado de Lula nas eleições. O ponto central aqui, e que estabelece um *continuum* entre os dois primeiros enquadramentos, é que a motivação para o voto não é “adequada” e, no

limite, não é “legítima”. Se o empresariado agroexportador que se sentiu prejudicado em algum momento pelo governo deixa de votar em Lula, este é um voto consistente e embasado em interesses concretos, expressos na racionalidade do seu voto. O eleitor beneficiário do Bolsa Família, diferentemente, seria uma presa de estratégias que conferem a seu voto um caráter equivocado que corresponde, grosso modo, ao caráter ilusório do Bolsa Família (mesmo que, pontualmente, o Programa apareça como causa direta do aquecimento da economia local).

*O Bolsa Família foi um recurso para o terrorismo eleitoral*

O terceiro enquadramento analisado neste artigo esteve presente em 31 textos ou 18,7% dos textos que compõem o *corpus* da pesquisa.

O vínculo entre esse enquadramento e a agenda mais imediata da disputa eleitoral é direto. O jornal *Folha de São Paulo* foi o primeiro a apresentar textos que mobilizam o tipo de narrativa que caracteriza esse enquadramento. A primeira reportagem comenta um discurso da ex-prefeita Marta Suplicy logo após o primeiro turno das eleições, no dia 6 de outubro. No discurso, Suplicy falava na redução de 200 mil para 16 mil no número de famílias atendidas por programas semelhantes ao Bolsa Família na cidade de São Paulo, entre sua gestão e a de Alckmin. Para o jornal, a “estratégia petista para tentar desconstruir a imagem do presidencialista Geraldo Alckmin é colocar o tucano como inimigo do Programa Bolsa Família e levar a mensagem de que o ex-governador cortará beneficiários do programa” (Pagnan, Rogério. “Tucano vai reduzir o Bolsa Família, diz Marta em SP”. *Folha de São Paulo*, 06, out., 2006, p. A5). É nesse contexto que a possibilidade do “fim do Programa Bolsa Família” é incorporado: a idéia de um conjunto de mentiras contra a candidatura Alckmin. Desse ponto de vista, esse terceiro enquadramento é o que é alinhado de maneira mais explícita a uma das posições em disputa, a da candidatura de Alckmin. A perspectiva assumida é atada à disputa eleitoral em seus aspectos mais pontuais e a alternância entre as vozes é feita de maneira bastante clara: são respostas de Alckmin e de seus partidários às estratégias utilizadas pela campanha de Lula<sup>7</sup>.

Na edição de 15 de outubro de 2006, o mesmo jornal traz, como “especialista”, o cientista político Bolívar Lamounier, que havia declarado sua preferência pela candidatura de Alckmin. Lamounier acusa a campanha de Lula de difundir “um nível espantoso de mentiras” e a matéria destaca a associação entre a

---

<sup>7</sup> Parte das matérias que falam em terrorismo eleitoral ou são classificadas nesse tipo de enquadramento referem-se, também, a outra estratégia presente na campanha de Lula, a ameaça de que a vitória de Alckmin desencadearia a privatização de diversas estatais.

campanha de Lula em 2006 e a de Collor em 1989: “estes boatos são terrorismo eleitoral. Até reconheço que o PT foi vítima disso na época do Collor. No momento estão aliados, devem ter aprendido naquelas bandas de lá”. (Sem autor. “Terrorismo eleitoral do PT é o mesmo de Collor, diz Lamounier”. *Folha de São Paulo*, 15 out., 2006, p. A22). Em diversos momentos o jornal publica declarações (e mesmo imagens, como a de Alckmin vestindo uma jaqueta com logomarcas da Caixa Econômica, da Petrobrás e do Banco do Brasil) que respondem à campanha de Lula – e, como tal, reconhecem a capacidade de agendamento dessa campanha –, sustentando a denúncia de que a campanha difunde mentiras.

No jornal *O Globo*, o destaque ao “terrorismo eleitoral” ganhou espaço entre 7 e 12 de outubro, a partir da “resposta” na *Folha de São Paulo* à campanha de Lula. Nesse jornal, a mentira que caracterizaria o terrorismo eleitoral vem associada a “outros desvios éticos e condutas condenáveis” que caracterizariam a “corrupção sistêmica no governo Lula”. Como se deu na *Folha de São Paulo* e foi mencionado acima, *O Globo* e os demais jornais trouxeram o tema “terrorismo eleitoral” em um enquadramento que mobiliza narrativas críticas ao PT, a Lula e, em especial, às suas estratégias de campanha em 2006.

Um aspecto que merece ser destacado é que os textos que apresentam o enquadramento terrorismo eleitoral pressupõem que o Programa Bolsa Família é uma variável importante para a definição do comportamento dos eleitores. Nesse sentido, os dois enquadramentos discutidos anteriormente apresentam as narrativas sobre as quais este enquadramento, mais pontual, se consolida. Estão presentes, igualmente, a compreensão de que os beneficiários do Bolsa Família são eleitores potenciais de Lula e a compreensão de que são manipuláveis – neste caso, não apenas pelo assistencialismo que caracterizaria o programa, mas também por mentiras difundidas pela campanha de Lula.

Entra, aqui, como nos casos anteriores, uma conexão relevante entre o acesso a informações e o comportamento eleitoral, do modo como foi interpretada por jornais e jornalistas nas eleições de 2006. As informações veiculadas pelos jornais (não apenas sobre o Bolsa Família, mas também sobre a ameaça de privatizações e, especialmente, sobre os casos de corrupção a partir da chamada crise do “mensalão”) *deveriam* ter um peso sobre o voto. Teriam pesado pouco, no entanto, entre aqueles cujo voto seria definido por mentiras ou auto-interesse pouco refletido e pouco conectado a uma compreensão “cidadã” dos interesses envolvidos no pleito.

## Conclusões

A análise das vozes e dos enquadramentos presentes no noticiário sobre o Programa Bolsa Família aponta para aspectos relevantes das relações entre mídia, política e democracia, considerando especificamente a cobertura política nos jornais impressos.

A cobertura jornalística nos veículos analisados dá visibilidade às perspectivas de poucos atores sociais, confirmando as exclusões que organizam as democracias existentes. O perfil desses atores tem relação direta com clivagens socioeconômicas<sup>8</sup> e está associado a uma compreensão da política que confirma a assimetria entre as opiniões tomadas como propriamente políticas e que têm centralidade nos debates e as opiniões daqueles que são mantidos na posição de expectadores desse debate (e da própria democracia). Nos textos analisados, essa diferença está expressa no predomínio das vozes político-eleitorais e técnicas sobre as vozes populares, mesmo quando estão no centro da cobertura o comportamento dos eleitores “comuns” e os fatores que influenciam o voto dos beneficiários de programas sociais do governo.

Outro aspecto a ser destacado é a permanência de narrativas que naturalizam essas mesmas assimetrias por meio da estigmatização do comportamento político dos segmentos mais pobres da população. A compreensão de que a avaliação de parte relevante do eleitorado é equivocada foi mobilizada em momentos históricos distintos, como os anos que precederam o golpe de 1964<sup>9</sup>, e permanece como um componente importante das compreensões elitistas da democracia em vários campos, entre eles a mídia. Essa compreensão convive com o pressuposto de que as perspectivas dos “formadores de opinião” transcendem os conflitos sociais e sua posição social. Na cobertura ao Bolsa Família, a estigmatização das opções de segmentos amplos do eleitorado atravessa os três enquadramentos analisados. A associação entre assistencialismo e manipulação pressupõe que parte do eleitorado, especificamente os segmentos de baixa renda e os moradores das regiões mais pobres do país, é *vulnerável* a essa manipulação. Pressupõe, ainda, que a análise de suas preferências deve levar em conta essa vulnerabilidade de maneira distinta da análise das preferências de outros setores da população. A candidatura de Lula à reeleição estaria relacionada ao Programa Bolsa Família porque este programa teria objetivos eleitorais, como explicitam alguns textos, mas sobretudo porque parte do eleitorado definiu seu voto em Lula devido aos benefícios recebidos. As narrativas antagônicas a essa foram pontuais e destacaram a complexidade dos fatores que definem a preferência dos eleitores e

---

<sup>8</sup> Mas também de gênero, como explicitam pesquisas sobre as relações entre gênero, mídia e política (MIGUEL e BIROLI, 2008).

<sup>9</sup> A esse respeito, conferir a análise dos debates na imprensa entre 1955 e 1960 em Biroli (2005).

os efeitos dos programas sociais sobre a economia local. Estiveram presentes de maneira mais relevante no jornal *Valor Econômico*, mas, também nesse caso, foram acomodadas aos enquadramentos predominantes, sem que produzissem “ruídos” suficientes para deslocá-los.

Em conjunto, o mapeamento das vozes e a análise dos enquadramentos indicam que a relação entre a cobertura da mídia, a agenda eleitoral e as campanhas dos principais candidatos foi delimitada por compreensões mais amplas da democracia eleitoral no Brasil (quem são os atores relevantes e de que forma se comportam, quais são os vieses dos processos eleitorais, qual a relação entre voto e divisões de classe e regionais). Mas indicam, também, que essas compreensões de caráter mais abrangente e duração mais longa foram mobilizadas para atribuir sentido e valores aos atores e posições em disputa (a associação entre a candidatura Lula e formas de corrupção e manipulação do eleitorado correspondeu, nesse sentido, a uma avaliação favorável a Alckmin).

Vale observar que os textos analisados não permitiram tratar diretamente do debate sobre o papel da mídia na definição das preferências dos eleitores, mencionado na segunda seção deste artigo. A cobertura ao Programa Bolsa Família, no entanto, mobiliza narrativas presentes nesse debate, especialmente porque apresenta o diagnóstico de que o voto em Lula não foi definido pelas informações que, na perspectiva dos próprios jornalistas e dos veículos, seriam relevantes: aquelas que ocuparam o centro do debate ao longo do governo e no período eleitoral, em parte porque foram assim posicionadas pela própria mídia. O descompasso entre a centralidade da corrupção no noticiário sobre o governo e a reeleição de Lula está presente nas avaliações sobre o impacto da cobertura midiática (e de outros fatores, como os programas sociais) sobre o voto. A cobertura ao Bolsa Família durante as eleições de 2006 e o problema mais amplo da relação entre informação e comportamento eleitoral devem ser pensados levando em consideração que o debate, nos principais veículos de comunicação, restringe-se a posições e experiências que correspondem aos degraus mais altos nas hierarquias sociais e políticas ativas e, por fim, às posições políticas assumidas pelas empresas e pelos jornalistas em contextos eleitorais específicos. O mesmo deve ser dito sobre os diagnósticos sobre a vulnerabilidade de segmentos específicos do eleitorado à manipulação e sobre as razões da pouca eficácia da cobertura da mídia sobre o comportamento eleitoral: as representações sobre a democracia e as disputas eleitorais em contextos específicos são construídas em um ambiente comunicacional e político pouco plural, em que a capacidade de produzir e difundir discursos legítimos está nas mãos de poucos.

### **Referências Bibliográficas**

ALDÉ, A; MENDES, G. e FIGUEIREDO, M. “A cobertura da mídia impressa aos candidatos nas eleições de 2006”. In: LIMA, V. A. (org.). *A mídia nas eleições de 2006*. São Paulo: Editora Perseu Abramo; p. 65-88, 2007.

AZEVEDO, F. A. In: RUBIM, A. (org). *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador: EDUFBA, 2004.

BIROLI, F. Política da ausência: diagnósticos da incompetência da (e para a) democracia no debate político no Brasil, anos 1955-1960. In: MARSON, I. e NAXARA, M. (orgs). *Sobre a humilhação: sentimentos, gestos, palavras*. Uberlândia: EDUFU; p. 285-302, 2005.

\_\_\_\_\_. “Gênero e política no noticiário das revistas semanais brasileiras”. Paper apresentado no GT Democracia, comunicação política e eleições do 32º Encontro da Anpocs. 2008.

BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

\_\_\_\_\_. “Cultura e política”. In: *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, Porto Alegre: Zouk; p. 371-433, 2007.

CHAMPAGNE, P. *Faire l’opinion: Le nouveau jeu politique*. Paris: Les editions de minuit, 1990.

GOFFMAN, E. *Frame analysis: los marcos de la experiencia*. Madri: Siglo XXI/Centro de Investigaciones Sociológicas, 2006.

HALLIN, D. C. *The “uncensored war”: the media and Vietnam*. Berkeley: University of California Press, 1986.

LIMA, V. A. Introdução geral. In: *A mídia nas eleições de 2006*. São Paulo: Editora Perseu Abramo; p. 15-28, 2007.

MACHADO, M. “A retórica da reeleição: mapeando os discursos dos Programas Eleitorais (HGPE) em 1998 e 2006”. *Opinião Pública*, Campinas, vol. 15, n. 1; p. 159-189, 2009.

MANTOVANI, D. *O Programa Bolsa Família na agenda do debate eleitoral de 2006: um estudo de caso sobre a relação entre os campos político e jornalístico*. Dissertação de Mestrado. Instituto de Ciência Política, Universidade de Brasília, 2009.

MÁXIMO, H. *A influência da mídia na decisão política: uma outra interface de poder*. Dissertação de mestrado. Instituto de Ciência Política, Universidade de Brasília, 2008.

McCOMBS, M. E. e SHAW, D. L. A função de agendamento dos media. In: TRAQUINA, N. *O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*. Lisboa: Ed. Minerva, 2000.

MIGUEL, L. F. “Os meios de comunicação e a prática política”. *Lua Nova*, nº 55-6. São Paulo, pp. 155-84, 2002.

MIGUEL, L. F. e COUTINHO, A. A. “A crise e suas fronteiras: oito meses de ‘mensalão’ nos editoriais dos jornais.” *Opinião pública*, vol. 13, n. 1; pp., 2007.

MIGUEL, L. F. e BIROLI, F. “A produção da imparcialidade”. *Paper* apresentado ao Grupo de Trabalho “Comunicação e Política” do XVIII Encontro da Compós, na PUC-MG, Belo Horizonte, MG, 2009.

\_\_\_\_\_. “Gênero e política no jornalismo brasileiro”. *Revista Famecos*, v. 36. Porto Alegre, p. 24-39, 2009.

PORTO, M. Enquadramentos da mídia e política. In: RUBIM, A. (org). *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador: EDUFBA; pp. 73-104, 2004.

WOLF, M. *Teorias da comunicação de massa*. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

---

Flávia Biroli - fbiroli@terra.com.br  
Denise Mantovani - denisemantovani@yahoo.com.br

Recebido para publicação em novembro de 2009.  
Aprovado para publicação em março de 2010.