

**O PROGRAMA VOZ DO BRASIL E OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE
NA COBERTURA DO “APAGÃO” ELÉTRICO**

Renato Delmanto Barros¹

Resumo:

Este artigo propõe-se analisar o programa radiofônico *Voz do Brasil*, produzido pela Secretaria de Imprensa da Presidência da República, e verificar se o programa produz um jornalismo de interesse público, como se propõe, ou se atua como instrumento de comunicação institucional do governo. Para tal análise, o conteúdo do programa será comparado às manchetes de três jornais de grande circulação do país, levando-se em conta critérios de noticiabilidade (segundo Mauro Wolf) e os conceitos de poder espetacular de Guy Debord e de manipulação da opinião pública de Christopher Lasch.

Palavras-chave: Jornalismo. Noticiabilidade. Comunicação pública. Opinião pública. Manipulação.

Introdução

A *Voz do Brasil* é o programa radiofônico mais antigo do Brasil. Criado em 1935, pela Presidência da República, tem transmissão obrigatória por todas as emissoras do país e, durante quase toda a sua história, foi identificado como porta-voz oficial do governo, ou como “chapa-branca”, conforme o jargão jornalístico.²

Este artigo analisa o conteúdo de um programa específico da *Voz do Brasil*, transmitido no dia 4 de fevereiro de 2014, data em que houve uma falha no fornecimento de energia, ou “apagão” elétrico, em 11 Estados. O conteúdo do programa será comparado com as edições correspondentes de três jornais de grande circulação do país.

Atualmente, o programa é de responsabilidade da estatal EBC – Empresa Brasil de Comunicação, cuja missão é “criar e difundir conteúdos que contribuam para a formação crítica das pessoas” e “ser referência em comunicação pública”, conforme

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero e professor do Curso de Graduação em Jornalismo nessa instituição. E-mail: renatodelmanto@terra.com.br.

² Expressão que define veículos de comunicação alinhados aos interesses dos governos, uma metáfora que faz referência à frota oficial de automóveis, que é emplacada com chapas de cor distinta dos particulares.

consta do *website* da empresa. Já o programa *Voz do Brasil*, também conforme o *website* da estatal, tem o objetivo de levar “aos cidadãos dos mais distantes pontos do país (...) notícias, de seu interesse, sobre o Poder Executivo”. Este artigo pretende verificar se a *Voz do Brasil* é um programa jornalístico de interesse do cidadão, ou se se apresenta como uma ferramenta de comunicação institucional do governo federal. Tem como objetivo também avaliar se o programa está inserido na sociedade do espetáculo – prestando-se ao exercício do poder espetacular, à desinformação ou manipulação da opinião pública – e se são adotados os mesmos critérios de noticiabilidade que os usados pelos jornais impressos.

Contexto histórico

O programa foi criado em julho de 1935, pelo presidente Getúlio Vargas. A ascensão de Vargas ao poder marcou o fim da Primeira República. O político gaúcho disputou as eleições de 1930, mas foi derrotado pelo paulista Júlio Prestes. Suspeitas de fraude na eleição e o assassinato do paraibano João Pessoa (candidato a vice-presidente na chapa de Vargas) provocaram uma crise institucional. Aliados de Vargas, com o apoio de parcelas de militares, deram um golpe, a Revolução de 1930 (CPDOC, 1997).

Uma das principais características do varguismo era o populismo, que permitia que o mandatário se aproximasse da população a ponto dele ser chamado de “o pai dos pobres”. Embora não se definisse como um fenômeno fascista, o varguismo tinha uma inspiração nas experiências totalitárias da Alemanha e da Itália, principalmente no que se refere à propaganda política. Vargas pretendia fazer do rádio um dos alicerces de seu projeto de comunicação e de integração nacional. A estratégia era dar concessões ao setor privado e incentivar o desenvolvimento da indústria nacional, visando baratear os aparelhos receptores, e assim permitir que o meio se popularizasse rapidamente. O objetivo foi atingido: entre 1937 e 1942, o número de receptores cresceu de 357.921 para 659.762 (CAPELATO in PANDOLFI, 1999, p.176).

Em 1937, Vargas deu novo golpe, que instaurou a ditadura do Estado Novo, período em que se intensificou o uso político do rádio. A *Hora do Brasil*, embrião da *Voz do Brasil* lançado dois anos antes, assumiu um papel estratégico no projeto de

comunicação de Vargas e passou a ter transmissão compulsória em 1937, em cadeia nacional nos dias úteis. Em 1939, com a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP, passou a ser produzido por esse órgão. O DIP fora criado para difundir a ideologia do Estado Novo e a imagem de Vargas, além de coordenar a censura aos meios de comunicação e controlar as produções artísticas (PEROSA, 1995, p.40-44).

Com o fim da ditadura Vargas, em 1945, o DIP foi extinto e o presidente eleito Eurico Gaspar Dutra passou a ser pressionado, pelos empresários do setor, para acabar com o programa, pois a *Hora do Brasil* era vista como uma “obsoleta herança fascista”.

Dutra concordou em princípio com a ideia, para logo abandoná-la ante os argumentos dos setores político-partidários que viram no programa um importante meio de propaganda em favor do próprio governo. Receando desagradar os opositores da *Hora do Brasil*, Dutra admitiu fazer mudanças no programa que refletissem a fase democrática experimentada pelo país naquele momento (idem, p.57).

O nome do programa foi alterado para *Voz do Brasil*, e passou a ter não apenas um, mas três apresentadores. Mas foi mantido o estilo “porta-voz” do governo e o caráter compulsório da transmissão – que persiste até hoje e é alvo de uma campanha por parte de entidades do setor, que consideram que a obrigatoriedade fere a Constituição e impede a prestação de serviços, a veiculação de notícias e a cobertura de eventos esportivos.³

Breve compromisso com a objetividade

Em 2003, o jornalista Eugênio Bucci assumiu a presidência da Radiobrás⁴ e propôs mudanças editoriais que pretendiam extinguir o jornalismo “chapa-branca” da *Voz do Brasil* e de outros veículos controlados pela estatal, como a TV Nacional de Brasília, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro e a Agência Brasil de notícias. Essas propostas foram formalizadas publicamente em 2005, nos *Documentos sobre o Jornalismo da Radiobrás*.

³ A campanha foi iniciada em 1995 pela Rádio Eldorado e teve a adesão de 850 emissoras e de entidades do setor. Atualmente, tramitam no Congresso o Projeto de Lei nº 595/2003 e a Medida Provisória 648/2014, que flexibilizam o horário de transmissão. O fim da obrigatoriedade segue sendo um pleito do setor, a despeito de algumas emissoras retransmitirem o programa em horários alternativos, por força de liminares.

⁴ Criada em 1975 e controlada pela União, a Empresa Brasileira de Comunicação – Radiobrás foi a responsável pela produção do programa *Voz do Brasil* até 2008.

O texto definia que informação é um direito do cidadão tão importante quanto a educação e a saúde. “É um direito de todos, independentemente das inclinações ideológicas de cada um” (RADIOBRÁS, 2005, p.4).

Também foi publicado, em 2006, o *Manual de Jornalismo da Radiobrás*, o primeiro documento do gênero em 30 anos de história da estatal, que consolidava os procedimentos a serem adotados por seus jornalistas. Na apresentação do *Manual*, Bucci ressaltava que, até 2003, as equipes da Radiobrás estavam habituadas a produzir conteúdos com vícios do discurso “chapa-branca”. Defendia que uma empresa pública de comunicação, que controla emissoras e agências de notícias, “só tem razão de ser se atender ao direito à informação da população”: num regime democrático, não cabe a essa empresa “nenhuma atribuição legal de fazer assessoria de imprensa para o governo ou de fazer relações públicas para as autoridades” (BUCCI in NUCCI, 2006, p.11-12).

Bucci permaneceu na Radiobrás até abril de 2007 e relatou essa experiência no livro *Em Brasília, 19 horas*.⁵ Em 2008, foi criada a Empresa Brasil de Comunicação – EBC, que sucedeu a Radiobrás em suas atribuições. Em seu *Manual de Jornalismo*, lançado em 2013, a EBC define jornalismo como um serviço público, sem o qual a sociedade “não consegue exercer seus direitos de cidadania”. Defende ainda que seus jornalistas devem atuar com independência, mas alerta que essa tarefa não é fácil e que “está sempre sujeita a tentações e interpretações subjetivas”, razão pela qual

é imprescindível a adoção de regras de conduta muito claras, precisas e transparentes para que o resultado do trabalho de apuração, edição e divulgação das informações seja realmente o que a sociedade espera e necessita: a verdade, somente a verdade, nada a mais ou a menos que a verdade (BREVE in EBC SERVIÇOS, 2013, p.7-8).

A sociedade do espetáculo

⁵ O título do livro, lançado em 2008, faz referência à frase de abertura do programa *Voz do Brasil*, que simboliza também a obrigatoriedade de transmissão nesse horário. O livro traz como subtítulo “A guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro Governo Lula” e trata das resistências sofridas pela equipe da estatal em relação à implantação do modelo de jornalismo proposto (BUCCI, 2008).

Em *A Sociedade do Espetáculo*, publicado em 1967, Guy Debord (1997, p.64-65) alertava que a sociedade mediada por imagens era onipresente, mostrava-se sob diversas formas de informação e publicidade, e se caracterizava pelo discurso ininterrupto que o sistema faz de si próprio. Esse poder espetacular concentrado destacava a personalidade do líder de plantão, de forma que todo o espetáculo acontecesse em torno da figura dele e, na maioria dos casos, apoiado pelas forças de repressão. A imagem do líder deveria ser uma “garantia” da coesão da sociedade: toda pessoa era obrigada a identificar-se com essa imagem – ou então deveria desaparecer. O autor se referia também ao poder espetacular difuso, presente em sociedades capitalistas com regimes democráticos, em que o espetáculo se encontrava difundido no dia-a-dia, proporcionando a ilusão de “liberdade” de escolha entre uma grande variedade de mercadorias.

Duas décadas depois, quando escreveu *Comentários Sobre a Sociedade do Espetáculo*, Debord (2013, p.11-12) constatou que suas críticas não haviam surtido o efeito desejado. Ao contrário: a sociedade espetacular se fortaleceu e se expandiu; a produção de espetáculos tomou conta de todas as relações sociais; e a mídia, controlada por grandes conglomerados, foi absorvida pela lógica do espetáculo. Alertava ainda para uma nova forma de poder, resultado da combinação dos dois anteriores: o poder espetacular integrado. Do lado concentrado, o centro diretor tornou-se oculto, “já não se coloca aí um chefe conhecido, nem uma ideologia clara”; e, do lado difuso, a influência espetacular passou a marcar todos os comportamentos e objetos produzidos socialmente.

Um dos reflexos desse poder espetacular integrado é a manipulação da informação. A autoridade espetacular consegue negar qualquer coisa, quantas vezes quiser, pois sabe que não estará sujeita a questionamentos ou réplicas. Assim, a mentira sem contestação leva ao desaparecimento da opinião pública. Mesmo uma evidência flagrante em contrário não precisa mais ser explicada: “O espetáculo organiza com habilidade a ignorância do que acontece e, logo a seguir, o esquecimento do que, apesar de tudo, conseguiu ser conhecido”. Portanto, aquilo que deixa de ser falado pela mídia é como se não existisse. O poder espetacular passa a falar, então, de outra coisa, e isso é que passa a existir. E, dessa forma, o debate público desaparece (idem, p.16-17).

O fim do debate público

No livro *O mínimo eu*, Christopher Lasch (1987, p.41) diz que o declínio dos partidos políticos, que representam uma instituição importante para a democracia, leva à exclusão do público da participação política. “A função política do partido foi apropriada pela burocracia administrativa; a sua função educativa, pelos meios de comunicação de massa”. Para Lasch, os partidos especializaram-se em “comercializar os políticos para o consumo público”, o que gera o risco de manipulação da opinião pública, pois os governos adotam recursos semelhantes aos das empresas para a compreensão da sociedade – como pesquisas, amostras e a própria eleição – e os usam para influenciar a massa de eleitores. Isso torna possível “excluir as opiniões impopulares do debate político (tal como os artigos pouco vendidos são excluídos dos supermercados), sem nenhuma referência a seus méritos, com base apenas em sua comprovada falta de apelo”.

Já em *A rebelião das elites e a traição da democracia*, Lasch argumenta que a facilidade de acesso às informações ajudou a elevar o nível de “inteligência” das pessoas, mas por outro lado esvaziou o debate sobre os assuntos de interesse público.

Visto que o público não participa mais dos debates sobre problemas nacionais, não há motivo para querer se informar sobre eles. É a decadência do debate público (...) que faz com que o público esteja mal-informado, apesar das maravilhas da era da informação. Quando o debate se torna uma arte esquecida, a informação, mesmo que esteja rapidamente disponível, não impressiona (LASCH, 1995, p.189-190).

Os cidadãos deixam de receber informações úteis, pois cada vez mais as informações “são geradas por aqueles que desejam promover alguma coisa ou alguém – um produto, uma causa, um candidato político ou um detentor de cargo público”. E como não foram produzidas a partir de um debate público constante, essas informações da mídia – ou pelo menos boa parte delas – na melhor das hipóteses, são irrelevantes ou, no pior dos casos, enganosas e manipuladoras (idem, p.202-203).

A partir desse contexto de inserção na sociedade do espetáculo, decadência do debate público e de manipulação da opinião pública, analisaremos uma edição específica

da *Voz do Brasil*, em comparação com três jornais impressos, com base em critérios de noticiabilidade.

O valor/notícia do “apagão” elétrico

No dia 4 de fevereiro de 2014, uma terça-feira, houve uma falha no fornecimento de energia elétrica em boa parte do país. O problema ocorreu no início da tarde em uma linha de transmissão no Estado do Tocantins e, em decorrência de uma reação em cadeia, parte do sistema de transmissão nacional foi desligado, por razões de segurança. Esse “apagão”, na linguagem adotada pela imprensa, atingiu 11 Estados, nas regiões Sul, Sudeste, Norte e Centro-Oeste, e afetou diretamente cerca de 6 milhões de clientes (entre residências, estabelecimentos comerciais e instituições).

Para efeitos metodológicos, o conteúdo do programa *Voz do Brasil* daquela terça-feira será comparado às notícias destacadas na capa de três jornais de grande circulação do dia seguinte – *O Estado de S.Paulo*, *Folha de S.Paulo* e *O Globo* (RJ). Essa análise é baseada nos conceitos de valores/notícia, especificamente nos critérios “substantivos” para avaliar a importância e o interesse das notícias, conforme Mauro Wolf (2012, p.208-210). São quatro as variáveis que norteiam a avaliação de uma notícia: grau e nível hierárquico dos envolvidos no acontecimento; impacto do tema sobre a nação e sobre o interesse da sociedade; total de pessoas que o acontecimento (efetiva ou potencialmente) envolve; e relevância do fato quanto à futura evolução da situação.

Valores/notícia são regras práticas que abrangem um “corpus de conhecimentos profissionais” numa redação, que explicam e guiam os procedimentos dos jornalistas para selecionar os temas dignos de ser incluídos no produto final, ou as linhas-guia que orientam “o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público” (GOLDING; ELLIOTT apud WOLF, 2012, p.202-203). Conforme esses critérios, a notícia do “apagão” mereceria destaque na *Voz do Brasil*, da mesma forma como o foi nos três jornais analisados, nos quais o assunto mereceu a principal manchete de primeira página:

O Estado de S.Paulo: “Apagão atinge 11 Estados e analistas veem sistema frágil”

Folha de S.Paulo: “Apagão atinge 11 Estados, e 6 milhões ficam sem luz”

O Globo: “Sistema opera no limite e apagão pode se repetir”

Figura 1 – Capas dos jornais selecionados – 05 fev 2014



Crédito: Reprodução

Além das manchetes, o “apagão” mereceu dos jornais uma ampla cobertura nas páginas internas, em busca de explicações e relatando os impactos sociais e políticos do episódio.⁶ Já na *Voz do Brasil*, transmitida ao vivo das 19h00 às 19h25, essa notícia só foi dada decorridos mais de 14 minutos de transmissão – portanto, mais da metade do programa – e ocupou menos de um minuto no ar. Além disso, foram adotados alguns recursos retóricos para amenizar o impacto da notícia, como introduzir o tema de forma a desviar o foco principal da notícia do “apagão” para outro assunto correlato: a questão do nível de água nos reservatórios do país. Ao chamar a entrada ao vivo da repórter que acompanhou uma entrevista coletiva do Ministério de Minas e Energia, o apresentador no estúdio priorizou a questão da água: “O nível dos reservatórios está afetando a distribuição de energia no país?” – perguntou o apresentador. Na sua resposta, que durou 1min28seg, a repórter

⁶ Em *O Estado de S. Paulo*, a manchete teve como subtítulo “ONS afirma desconhecer causa da pane e descarta sobrecarga” e a reportagem ocupou três páginas internas; na *Folha de S. Paulo*, o subtítulo foi “Curtos-circuitos provocam falta de energia em quatro regiões; Dilma convoca reunião de emergência” e a reportagem teve duas páginas; em *O Globo*, o subtítulo foi “ONS e distribuidoras fizeram corte seletivo e escolheram áreas que seriam afetadas” e a cobertura ocupou quatro páginas internas.

abordou apenas a questão dos reservatórios. Somente em sua segunda participação no programa, a jornalista que acompanhou a entrevista coletiva falou do assunto:

“O Operador Nacional do Sistema (...) afirmou que houve um curto-circuito em uma parte da linha de transmissão no estado do Tocantins, que comprometeu 8% da carga do país. O secretário executivo do Ministério de Minas e Energia, Márcio Zimmermann, afirmou que o Operador Nacional do Sistema irá fazer uma avaliação sobre o fato, que não foi causado pela alta do consumo de energia no país. E diz que, sempre que acontece uma ocorrência como esta, há desligamento da carga para evitar problemas mais sérios. A interrupção na transmissão de energia foi às duas horas e três minutos desta tarde, e de acordo com o Operador Nacional do Sistema a energia começou a ser restabelecida 35 minutos depois”.

O relato acima durou apenas 55 segundos, sem qualquer réplica ou outro questionamento por parte dos apresentadores no estúdio que aprofundasse o tema. Note-se que a reportagem informou que o curto-circuito “comprometeu 8% da carga do país”, mas omitiu o fato de que o problema atingiu 11 Estados e 6 milhões de consumidores. Outro recurso retórico utilizado foi não usar o termo “apagão” (preferindo “interrupção na transmissão”). A reportagem também assumiu o discurso governamental de que o problema não foi provocado pela alta do consumo, mesmo o ONS tendo admitido não saber as causas do problema⁷. E a repórter ainda citou que a energia começou a ser restabelecida 35 minutos depois (mas não informou o horário em que foi totalmente restabelecida nos 11 Estados).⁸ Esses recursos retóricos podem indicar uma tentativa de influenciar o debate público, visando reduzir artificialmente os valores/notícia do assunto e, assim, minimizar a importância do tema para a opinião pública.

Os valores/notícia são a qualidade dos eventos ou da sua construção jornalística, cuja ausência ou presença relativa os indica para inclusão num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exibe essas qualidades,

⁷ Na entrevista coletiva, o secretário Márcio Zimmermann afirmou que a falta de energia não estava relacionada a um estresse do sistema, nem com aumento do consumo de energia, nem foi provocado por excesso de calor. Por outro lado, admitiu: “não sabemos as causas do desligamento”.

⁸ O texto publicado pela Folha informa que “no fim da tarde (...), em São Paulo e no Rio, havia indústrias sem luz e semáforos apagados”.

maiores são as suas possibilidades de ser incluído (GOLDING; ELLIOTT apud WOLF, 2012, p.203).

Não fosse pelos valores/notícia do episódio em si conforme os critérios substantivos de Mauro Wolf – como o número de consumidores afetados e o de Estados atingidos –, o fato de a regulação do setor elétrico ser de responsabilidade do Ministério de Minas e Energia também justificaria um maior destaque ao tema na *Voz do Brasil*. No entanto, o “apagão” não constou entre as três manchetes do *teaser* inicial do programa:

[1] Mais de R\$ 5 bilhões foram investidos, nos últimos 10 anos, para a compra de quatro milhões de toneladas de produtos da agricultura familiar.

[2] Um bilhão e 300 milhões de reais vão ser dados de incentivo fiscal, esse ano, para projetos e pesquisas de combate ao câncer e de apoio às pessoas com deficiência.

[3] Brasil deve receber esse ano, no carnaval, quase 6,5 milhões de turistas. A expectativa é injetar mais de R\$ 6 bilhões na economia do país.

Ainda que se tratem de pautas ligadas a políticas públicas (1 e 2) e ao potencial turístico do país (3), temas de interesse do governo, esses assuntos não possuem o mesmo valor/notícia que o “apagão”. Do ponto de vista retórico, essas notícias destacam grandes cifras, que tentam valorizar projetos oficiais e propagar uma grandiosidade típica do poder espetacular – e que, nos casos 2 e 3, mesmo que planejada, ainda não se materializou. A análise da divisão do tempo entre os 14 assuntos da pauta do programa também indica uma priorização de temas de interesse do governo federal, conforme mostra a Tabela 1, outra característica do poder espetacular, no caso, do discurso autorreferente, sem espaço à contestação.

Tabela 1 – Pauta da “Voz do Brasil” – 04 fev 2014

Ordem de apresentação	Assunto	Duração
1	Programa de Aquisição de Alimentos (PAA)	3min01seg
2	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura, ligado ao PAA	2min50seg
3	Dia Mundial do Câncer, apoio à pesquisa e a pessoas com deficiência	3min8seg
4	Desembarque de médicos cubanos para o Programa Mais Médicos	47seg
5	Receitas com turismo previstas para o Carnaval 2014	1min57seg

6	Reforma do Cristo Redentor no Rio de Janeiro	52seg
7	Nível de água nos reservatórios das hidrelétricas	1min28seg
8	Interrupção no fornecimento de energia	55seg
9	Indicadores da produção industrial do país	39seg
10	Posse do ministro Aloizio Mercadante na Casa Civil	2min07seg
11	Agência-Barco da Caixa Econômica Federal na Ilha de Marajó	2min17seg
12	Programa Rotas de Integração Nacional na Ilha de Marajó	39seg
13	Caravana da Secretaria da Micro e Pequena Empresa	36seg
14	Serviço Aero Fácil tira dúvidas sobre direitos de passageiros	45seg

OBS: Grifo nosso

Considerações finais

Guy Debord alerta para o discurso ininterrupto que o sistema faz de si próprio e para o risco de desaparecimento da opinião pública. A manipulação da informação pela sociedade do espetáculo permite que a autoridade espetacular negue qualquer coisa, quantas vezes quiser, pois sabe que não estará sujeita a nenhum questionamento ou réplica; não se abre espaço para o contraditório – e mesmo uma evidência flagrante em contrário não precisa mais ser explicada pelos governantes. No caso da *Voz do Brasil* daquele dia, o programa apresentou apenas a versão oficial a respeito do “apagão” elétrico, com informações incompletas, tentando minimizar o valor/notícia do fato e, conseqüentemente, o impacto sobre os ouvintes.

Debord sugeria também que a desinformação não é a simples negação de um fato que não convém às autoridades: “Ao contrário da pura mentira, a desinformação – e é nisto que o conceito é interessante (...) – deve fatalmente conter uma certa parte da verdade, mas deliberadamente manipulada” (DEBORD, 1997, p.52). Para Golding e Elliot (apud WOLF, 2012, p.188), manipulação é uma “distorção deliberada das notícias com fins políticos ou pessoais (...), devido à influência do preconceito, da conspiração ou dos que detêm o poder político e comercial”.

O *Manual de Jornalismo* da EBC prega que a empresa pratique uma comunicação pública “que visa em primeiro lugar o interesse público” e que o jornalista tenha a missão de representar a sociedade “onde estiver, reportando com fidelidade, precisão e honestidade os fatos e acontecimentos de interesse público” (EBC SERVIÇOS, 2013,

p.7). No entanto, o conteúdo veiculado pela *Voz do Brasil* assemelha-se mais a uma peça do poder espetacular, a serviço da construção da imagem institucional do governo – ainda mais se considerarmos que se trata de um programa com transmissão obrigatória por todas as emissoras do país.

Conforme apresentado neste artigo, a forma como um acontecimento que afetou milhões de brasileiros foi abordado naquele programa específico leva-nos a inferir que não foram adotados critérios de noticiabilidade pela *Voz do Brasil*, e foram priorizados alguns interesses do governo federal – como se o programa fosse uma peça de comunicação institucional do Poder Executivo. A análise da linha tênue que separa esse tipo de comunicação de um processo de manipulação da informação será aprofundada na pesquisa de mestrado em curso.

Referências

BUCCI, Eugênio. **Em Brasília, 19 horas**: a guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro Governo Lula. Rio de Janeiro: Record, 2008.

CAPELATO, Maria Helena. Propaganda política e controle dos meios de comunicação. In PANDOLFI, Dulce (Org.). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999, p.167-178.

CARNEIRO, Maria Luiza Tucci. O Estado Novo, o Dops e a ideologia da segurança nacional. In PANDOLFI, Dulce (Org.). **Repensando o Estado Novo**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999, p.327-340.

CPDOC – CENTRO DE PESQUISA E DOCUMENTAÇÃO DE HISTÓRIA CONTEMPORÂNEA DO BRASIL. **A Era Vargas 1º tempo**: dos anos 20 a 1945 – Anos de Incerteza (1930 - 1937). Fundação Getúlio Vargas, 1997. 1 CD.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

_____. **Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

EBC SERVIÇOS. **EBC – O que é?**. Disponível em <<http://www.ebcservicos.com.br/quem-somos/ebc/conteúdo>>. Acesso: 13 mar 2014.

_____. **Manual de Jornalismo da EBC**. 2013. Disponível em <http://www.ebc.com.br/sites/default/files/manual_de_jornalismo_ebc.pdf>. Acesso em 12 abr 2014.

_____. **Voz do Brasil** (transcrição do programa transmitido no dia 04 fev 2014). Disponível em <<http://conteudo.ebcservicos.com.br/programas/a-voz-do-brasil/transcricoes/a-voz-do-brasil-04-02-2014>>. Acesso em 12 abr 2014.

_____. **Voz do Brasil – Há 70 anos no ar**. Disponível em <<http://www.ebcservicos.com.br/o-que-fazemos/a-voz-do-brasil/conteudo>>. Acesso em 16 ago 2014.

LASCH, Christopher. **A rebelião das elites e a traição da democracia**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1995.

_____. **O mínimo eu: sobrevivência psíquica em tempos difíceis**. 4ª ed. São Paulo: Brasiliense. 1987.

NUCCI, Celso (Org.). **Manual de Jornalismo da Radiobrás: produzindo informação objetiva em uma empresa pública de comunicação**, 2006. Disponível em <<http://www.jornalismodigital.org/wp-content/uploads/2010/05/Manual-de-Jornalismo-Radiobras.pdf>>. Acesso em 21 jul 2013.

PEROSA, Lilian Maria F. de Lima. **A hora do clique: análise do programa de rádio “Voz do Brasil” da Velha à Nova República**. São Paulo: Annablume, 1995.

RADIOBRÁS. **Documentos sobre o Jornalismo da Radiobrás**, set 2005. Disponível em <<http://www.ebc.com.br/tecnologia/estatico/pdf/textointegral.pdf>>. Acesso em 21 jul 2013.

TERRITÓRIO ELDORADO. **A campanha da Eldorado começou em julho de 1995**. Disponível em: <http://www.territorioeldorado.limao.com.br/especiais/especial_avozdoBrasil.shtm>. Acesso em: 21 jul 2013.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: WMF/Martins Fontes, 2012.