

Em Brasília, 19 horas: Bastidores do programa A Voz do Brasil¹

Evandro Miguel dos SANTOS²
Paulo Cesar Borges SENA
Daniel FURLAN
Alexandre MOREIRA
Creusa Santos MOREIRA
Flávia Daniela Pereira DELGADO³
Faculdade de Comunicação Social - FAPSP, SP

RESUMO

A Voz do Brasil é o programa radiofônico mais antigo do mundo (de acordo com o Guinness Book), com transmissão em rádios de todo país de segunda a sexta-feira, geralmente às 19h, desde 1934. O programa é alvo de críticas, especialmente nos grandes centros, por ser considerado apenas um informativo do governo, sem valor jornalístico. Este trabalho mostra por meio de uma reportagem de TV os bastidores de A Voz do Brasil, seus profissionais e suas rotinas de produção, além de abordar uma discussão sobre sua obrigatoriedade.

PALAVRAS-CHAVE: Programa de rádio; Voz do Brasil; rotina jornalística; reportagem de TV.

1 INTRODUÇÃO

Qual a relevância da Voz do Brasil para a população? Existe liberdade de informação? Trata-se de um produto jornalístico ou um meio de propaganda institucional do governo? Por que muitas emissoras discutem na justiça pelo direito de flexibilizar o horário de transmissão e algumas delas já obtiveram liminares para transmitir o programa em horário alternativo?

O objetivo desta pesquisa foi conhecer os bastidores de *A Voz do Brasil*, programa que em 2014 completa 80 anos no ar ininterruptamente e cuja veiculação nacional é compulsória desde o Estado Novo⁴. O programa hoje tem uma hora de duração dedicada às notícias dos poderes Executivo, Judiciário e Legislativo além do Tribunal de Contas da União.

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Jornalismo, modalidade reportagem de TV.

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: pr.evandromdosantos@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo, email:flavia.delgado@globo.com.

⁴ Estado Novo foi o período do regime político autoritário, ditatorial e nacionalista correspondente ao governo de Getúlio Vargas no Brasil, de 1937 a 1945.

Quando o programa começou a ser transmitido em 1934 durante o governo de Getúlio Vargas, chamava-se Programa Nacional e era apresentado pelo locutor Luís Jatobá. De 1935 a 1962, foi levado ao ar com o nome de *Hora do Brasil*. Em 1938, passou a ter veiculação obrigatória, na época somente com a divulgação dos atos do Poder Executivo, das 19 às 20 horas.

Em 1962, a partir da entrada em vigor do Código Brasileiro de Telecomunicações, o Poder Legislativo passou a ocupar a segunda meia hora do noticiário. Em 1971, por determinação do presidente Médici, o nome "Hora do Brasil" muda para "A Voz do Brasil". Mais tarde, o Poder Judiciário passou a ocupar os últimos cinco dos 30 minutos iniciais e o Tribunal de Contas da União, o minuto final do programa obrigatório, às segundas, quartas e sextas-feiras.

Atualmente, os primeiros 25 minutos da Voz do Brasil são produzidos pela EBC (Empresa Brasil de Comunicação), e gerados ao vivo, via Embratel, para todo o Brasil. Os 10 minutos reservados ao Senado também são transmitidos ao vivo, já os 25 minutos seguintes são pré-gravados e editados, para inserção pela própria EBC Serviços.

2 OBJETIVO

Revelar os profissionais envolvidos na programação, acompanhando a rotina de produção do programa, bem como abordar a questão da flexibilização de horário⁵ do programa cuja discussão no Congresso dura mais de 10 anos.

3 JUSTIFICATIVA

Resgatar a história deste programa de rádio, considerado um dos mais antigos do mundo segundo o Observatório da Imprensa⁶ é uma forma de compreender a história do rádio e da comunicação em nosso país, o que torna nosso objeto de pesquisa relevante.

A inexistência de reportagens de TV que evidenciem os bastidores dos profissionais envolvidos na produção do programa deste produto radiofônico foi o que nos instigou a realizar essa grande reportagem televisiva. Aliás, nenhuma outra mídia seria mais adequada

⁵ Projeto original da deputada Perpétua Almeida (PCdoB-AC) apresentado em 2003.

⁶ Disponível em http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/pela_preservacao_da_voz_do_brasil

a esta proposta que a televisão, visto que a TV é capaz de lançar mão da força da imagem para dar rosto às vozes já conhecidas de quem ouve o programa, além de identificar os ambientes pelos quais estes profissionais transitam durante a produção do programa: redações, estúdios, ilhas de edição, locais de entrevistas etc.

No título (que geralmente consiste em uma síntese de um projeto ou algo que o identifique) utilizamos uma frase que durante antes compôs a vinheta de abertura do programa radiofônico: “Em Brasília, 19 horas”.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Utilizamos o método qualitativo, por entendermos que este é o mais adequado para nossa análise, visto que nele o pesquisador é um interpretador de uma realidade. Conforme lembra Manning (1979):

O desenvolvimento de um estudo de pesquisa qualitativa supõe um corte temporal-espacial de determinado fenômeno por parte do pesquisador. Esse corte define o campo e a dimensão em que o trabalho desenvolver-se-á, isto é, o território a ser mapeado. O trabalho de descrição tem caráter fundamental em um estudo qualitativo, pois é por meio dele que os dados são coletados (MANNING, 1979, p.668).

A pesquisa qualitativa é indutiva, isto é, o pesquisador desenvolve conceitos, ideias e entendimentos a partir de padrões encontrados. Daí porque se aplica ao nosso estudo. A presente pesquisa consiste em um estudo de caso sobre um dos programas radiofônicos mais antigos do mundo.

Neste sentido, em um primeiro momento lançamos mão de pesquisa bibliográfica em livros como, “A hora do clique”, de Lilian Perosa que faz uma análise detalhada da Voz do Brasil; Doris Haussen, em “Radio e Política: tempos de Vargas e Perón” descreve o momento político da época e as circunstâncias nas quais o programa foi criado. Também “História do jornalismo no Brasil”, de Richard Romancini, e Cláudia Lago e “Em Brasília, 19 horas - A guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula”, de Eugênio Bucci, ex-presidente da Radiobrás foram amplamente utilizados,

Também foram pesquisadas revistas, artigos científicos e sites ligados ao programa como a EBC (Empresa Brasil de Comunicação, com sede em Brasília), a ABERT

(Associação Brasileira de Rádio e Televisão), AESP (Associação das Emissoras de Rádio de São Paulo). Consultamos também os sites do STF (Superior Tribunal Federal), a Câmara dos Deputados, Senado Federal, TCU (Tribunal de Contas da União), órgãos para os quais o programa dedica parte de sua duração. Em seguida, utilizamos a técnica de pesquisa exploratória, cujo

[...] primeiro passo de qualquer pesquisa, que acontece quando o tema escolhido é pouco explorado e o pesquisador precisa incorporar características inéditas e buscar novas abordagens. Ela é feita por meio de levantamento bibliográfico, entrevistas, análise de exemplos sobre o tema estudado (REIS, 2008, p.55).

Negociamos, agendamos e entrevistamos pessoalmente profissionais que já trabalharam no passado no programa e na EBC, como Eugenio Bucci e Lilian Perosa. Em São Paulo também ouvimos políticos, representantes de emissoras de rádio que discutem na justiça o direito de flexibilizar o horário de transmissão do programa, historiadores e críticos do programa. Em Brasília, ouvimos jornalistas que atualmente trabalham planejando e produzindo o programa de segunda à sexta – oportunidade na qual também foram captadas imagens de apoio e as passagens do repórter.

Todas as entrevistas foram negociadas por e-mail e confirmadas previamente por telefone. Para elas, foram elaboradas pautas prévias, nas quais previmos a contribuição de cada personagem, seu histórico, as perguntas a serem elaboradas etc.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A grande reportagem “Em Brasília, 19 horas: Bastidores do programa “A Voz do Brasil” é o resultado do projeto experimental produzido durante o ano de 2013. O produto final tem 22 minutos e 49 segundos de duração, editados utilizando-se o software Adobe Première CS5.

O projeto foi desenvolvido de fevereiro a novembro de 2013, meses nos quais nos dedicamos à produção e pesquisa. Ao todo foram oito externas, incluindo três viagens a Brasília em abril, maio e setembro de 2013. Foram captadas 21 entrevistas que totalizaram 10 horas, 52 minutos de imagens brutas, captadas com as câmeras modelo Sony NX5 e Cannon T4I.

No que tange à identidade visual, optamos por adotar as cores da bandeira nacional - a representação mais emblemática do país - para remeter à ideia de "Brasil", de programa oficial, de programa governamental. Aliás, uma bandeira brasileira estilizada é parte da arte dos GCs, que utilizam a fonte Arial Bold, corpo 46, cor branca sobre tarja verde no nome dos entrevistados. E também Arial Italic, fonte 32, cor verde sobre fundo amarelo, em suas ocupações.

Outra parte significativa da identidade da reportagem é a identidade sonora. Podemos afirmar que mais de 80% do material foi captado em Brasília, cidade sede do programa A Voz do Brasil. Por isso, optamos por utilizar como trilha e BGs apenas músicas de bandas de rock nacionais oriundas de bandas da capital: “Que País é Esse”, “Tempo Perdido” “Música Urbana”, "Esta Tarde", das bandas Legião Urbana, Capital Inicial e Paralamas do Sucesso, respectivamente, são alguns exemplos).

Podemos afirmar que o material produzido é apertidário, apolítico. Não houve restrições econômicas ou de cunho empresarial ao elaborá-lo. A única preocupação em termos de linguagem foi manter a fidelidade às regras do texto no telejornalismo (casamento entre imagem e som, estruturas frasais simples, ordem direta, frases coesas e concisas etc.), além da preocupação com os valores jornalísticos como veracidade dos fatos e a lealdade à opinião pública. Como lembram Bill Kovach e Tom Rosenstiel

Verdade jornalística é muito mais do que simples precisão. É um processo seletivo que se desenvolve entre a matéria inicial e a interação entre público e os jornalistas ao longo do tempo. Esse princípio básico do jornalismo, a busca desinteressada da verdade, é em última instância o que diferencia a profissão de todas as outras. [...] A noção de que os jornalistas não devem encontrar obstáculos na hora de cavar a informação e contá-la com veracidade é um pré-requisito para dar as notícias não só com exatidão, mas também de forma convincente (KOVACK; ROSENSTIEL, p.61-83).

6 CONSIDERAÇÕES

Ao final desta pesquisa e da elaboração da reportagem de TV, podemos apontar algumas considerações. Por conta de sua obrigatoriedade (inadmissível, aliás, em um país que se pretende democrático) e pelo caráter de suas notícias, muitos consideram o programa um resquício da ditadura varguista e mero propagandístico dos atos oficiais dos três

poderes. Realmente os jornalistas entrevistados admitem que, embora elaborem as notícias de forma a atrair o ouvinte, seguindo os preceitos da linguagem radiofônica, ressaltando o caráter de interesse público dos fatos noticiados, por outro lado, dificilmente noticiam o que contrarie os interesses dos poderes constituídos, seus "chefes", o que põe em xeque um dos pressupostos básicos do jornalismo, que é objetividade, a independência. Ou seja, não pode ser considerado um programa jornalístico.

Em que pese tal fato, por outro lado, a rotina jornalística presente em redações de rádio e outras mídias também se repete entre as dezenas de profissionais envolvidos nas redações que produzem A Voz do Brasil. O fato de ser um programa institucional não elimina a pressão para o fechamento, o *deadline*, stress, a necessidade de relacionamento com as fontes etc. A Voz é produzida por uma equipe qualificada de jornalistas e radialistas graduados, a maioria com bagagem profissional prévia em veículos noticiosos do eixo Rio-São Paulo, muitos com cursos no exterior.

Observamos também que as redações organizam-se em setores da mesma forma que uma redação de veículo radiofônico comercial: rádio-escuta, pauta, produção, redatores, repórteres, editores, sonoplastas, locutores..

Entretanto, há diferenças marcantes. A maior parte dos jornalistas é concursada, o que garante estabilidade e menor insegurança no trabalho que os profissionais que trabalham em redações tradicionais. Embora nenhum profissional tenha informado sobre o valor de seus salários, a média recebida por um jornalista em emissoras públicas em Brasília é acima de R\$ 4 mil, um valor bem diferente do que é pago em veículos comerciais. Também os jornalistas de A Voz não têm esquema de plantão aos fins de semana (o programa é de segunda a sexta), exceto quando, no caso do bloco do Executivo, seja necessário acompanhar a presidente Dilma Rousseff em viagens oficiais.

Uma reflexão faz-se necessária. Apesar de perseguida à exaustão no dia a dia das redações, também a ideia de isenção total por parte dos jornalistas nos veículos tradicionais nos parece uma utopia, visto que também estas empresas que são, têm compromissos com certos interesses comerciais, empresariais e políticos, de acordo com sua linha editorial.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBEIRO, H. **Manual de Telejornalismo**. Rio de Janeiro, Elsevier, 2002.

BUCCI, E. **Em Brasília, 19 horas- A guerra entre a chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula**. São Paulo, Record , 2008.

HAUSSEN, D. F. **Rádio e Política: Tempos de Vargas e Perón**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

MORGADO, F. **Almanaque Fernando Morgado Televisado**. Televisado. wordpress.com. 2008.

PATERNOSTRO, V. I. **O texto na TV**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PRADO, E. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus Editorial, 1985.

PEROSA, L. M. F.de L. **A hora do clique: Análise do programa de rádio Voz do Brasil, da velha à nova república**. São Paulo: Annablume, 1995.

PINTO, A.E. de S. **Jornalismo Diário: reflexões, recomendações, dicas exercícios**. São Paulo: Publifolha, 2009.

REIS, L. G. **Produção de monografia da teoria à prática**. Guará- DF: Senac Distrito Federal,2008.

ROMANCINI, R; LAGO, C. **A história do jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2007.

RODRIGUÊS, A. P. **Sua Excelência, O Radio**. São Paulo: Biblioteca 24 horas, 2009.

SOUZA, J.C. A. **Gêneros e Formatos na TV Brasileira**. São Paulo: SummusEditorial,2004.

KOVACH, B. & ROSENSTIEL, T. **O que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

TRAVANCAS, I. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus Editorial,1992.

ASSOCIAÇÃO DAS EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO DO ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em <http://www.aesp.org.br/><acesso em 03-10-13>.

A VOZ DO BRASIL.

Disponível em

<http://www.radiojustica.jus.br/radiojustica/vozBrasil/limit.action?menuSistema=mn311><acesso em 05-05-13>.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Disponível em <http://www2.camara.leg.br/> <acesso em 09-05-13>.

EM BRASÍLIA, 19 HORAS. Pela preservação da Voz do Brasil. Disponível em http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/pela_preservacao_da_voz_do_brasil < acesso em 08-08-13>.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÕES S/A. A voz do Brasil. Disponível em: <http://conteudo.ebcservicos.com.br/programas/a-voz-do-brasil> <acesso em: 03-05-13>.

META PESQUISAS DE OPINIÃO. HÁBITOS DE INFORMAÇÃO E FORMAÇÃO DE OPINIÃO DA POPULAÇÃO BRASILEIRA II. Disponível em <http://www.secom.gov.br/pesquisas/2010-12-habitos-ii/2010-12-habitos-de-informacao-e-formacao-de-opinio-da-populacao-brasileira-ii.pdf> <acesso em 21-08-13>

NOTÍCIAS DO STF. Disponível em <http://www.stf.jus.br/portal/cms/listarNoticiaUltima.asp> <acesso em 07-05-13>

PORTAL BRASIL. Ciência e Tecnologia. A Voz do Brasil passa a ser transmitido também em vídeo pela internet. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/ciencia-e-tecnologia/2012/08/a-voz-do-brasil-passa-a-ser-transmitido-tambem-pela-internet> <acesso em: 02-05-13>.

RÁDIO JUSTIÇA. Disponível em <http://www.stf.jus.br/portal/cms/verTexto.asp?servico=noticiaNoticiaRadioJustica> <acesso em 02-05-13>.

TRIBUNAL DE CONTAS DA UNIÃO. Disponível em <http://portal2.tcu.gov.br/TCU> <acesso em 24-04-13>.