
“Sem Censura” ou com censura? Uma análise do programa após reformulação em 2023¹

Raphaella TOLEDO²
Iluska COUTINHO³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

Este trabalho busca fazer uma reflexão sobre a reformulação do programa "Sem Censura" e investigar o impacto da sua reintrodução na programação televisiva da emissora, observando se a mesma está cumprindo o papel de ofertar um conteúdo plural e de qualidade para os brasileiros. Por meio da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016; 2018), observou-se a volta da pluralidade de assuntos durante as edições. Os resultados preliminares indicam que a reintrodução representa um esforço da emissora em adaptar-se às demandas contemporâneas do público, fortalecendo a identidade e o impacto do programa juntamente com as promessas da emissora.

Palavras-chave

Pluralidade; Sem Censura; Emissoras Pública; Jornalismo; Entretenimento

INTRODUÇÃO

A proposta deste artigo é apresentar reflexões sobre um programa particular como parte das atividades desenvolvidas como bolsista de Iniciação Científica no projeto sobre Telejornalismo Público. Nessa perspectiva o presente trabalho tem como objetivo investigar o impacto da reintrodução e reformulação do “Sem Censura” na programação televisiva, principalmente após os desafios enfrentados durante os governos passados, entre os quais aqueles que envolveram inclusive a ameaça de retirada do programa do ar durante o início de 2019. Busca-se ainda, por meio da repercussão nas redes, analisar como essas mudanças afetam a percepção do público em relação ao programa, sua identidade e relevância, além de refletir em como o atual talk show traz a tona temas relevantes do cotidiano e que são de interesse público em formato diário na televisão aberta. A análise empírica foi realizada a partir das postagens feitas no YouTube das edições; os programas atualmente são exibidos todos os dias a partir das 16h, pela emissora em tv aberta e em seu canal no YouTube. O material posteriormente

¹ Trabalho apresentado no IJ comunicação audiovisual, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 5 a 6 de setembro de 2024.

² Estudante do Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Juiz de Fora. Integrante do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. E-mail: raphaellaborges.toledo@estudante.ufjf.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo (FACOM-UFJF) e coordenadora do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. iluska.coutinho@ufjf.br

fica armazenado neste espaço virtual, servindo como repositório de conteúdo da emissora, utilizado também para fins de pesquisa, como a apresentada neste texto.

Além da pesquisa no repositório de vídeos, de caráter documental, o trabalho tem como método a Análise da Materialidade Audiovisual, desenvolvida através de pesquisas realizadas no Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA), coordenado e desenvolvido pela professora Iluska Coutinho (2016; 2018). Tal método toma como objeto de avaliação a unidade texto+som+imagem+tempo+edição, que ao decorrer dos estudos, percebeu-se a predominância de um dos elementos do código televisual (texto, som, imagem, edição) nas etapas de descrição e análise, sem que essas escolhas ou consciência dos limites delas resultantes seja problematizada (Coutinho, 2016, p. 6).

O método oferece uma abordagem abrangente para avaliar materiais em vídeo e considera não apenas os elementos textuais presentes, mas também outros aspectos que compõem a experiência audiovisual, além de considerar as percepções e impressões que esses conteúdos geram no espectador, especialmente no ambiente digital. Como recorte para aplicação da metodologia, selecionamos as edições dos dias 25, 26 e 27 de junho de 2024, semana em que a temática da diversidade ganha relevo no Brasil.

Com base neste material, o projeto busca analisar se a emissora vem cumprindo a promessa de garantir o pluralismo, a diversidade e a promoção da cidadania, bem como desenvolver uma comunicação de interesse público em detrimento do interesse do público (TV Brasil, 2018), assim como promete desde sua criação. Para além de uma análise de materiais audiovisuais, por meio da análise documental (Fonseca, 2002; Gil, 2008) também são utilizados como fontes documentos das mais diferentes naturezas, origens e formatos distintos, incluindo aqueles disponíveis de forma online, e que ainda não receberam tratamento analítico prévio.

A TV PÚBLICA

Em meados de 1950, a televisão chega ao Brasil, inicialmente em preto e branco, a novidade que faz a junção da imagem e do movimento, se diferencia completamente do que já estavam acostumados a consumir, rádio e mídias escritas, e mesmo assim ganha espaço nas casas brasileiras (Pereira, 2020). A televisão foi capaz de trazer ao público elementos que são capazes de mexer com um imaginário a as emoções das pessoas, além da sensação de pertencimento. Por muito tempo a televisão

fez parte do cotidiano da elite brasileira, atualmente ainda é parte crucial na vida de todos. A televisão traz informação e entretenimento para o público diariamente, e como os dados do IBGE mostram: De 2021 a 2022, o número de domicílios com TV no país subiu de 69,6 milhões para 71,5 milhões; Em 2022, foram estimados 65,5 milhões de domicílios com recepção de sinal analógico ou digital de televisão aberta, o equivalente a 91,6% dos domicílios com TV no país. Em 23,5% desses domicílios com TV havia antena parabólica (digital ou analógica) com sinal aberto. Nas áreas rurais, esse percentual chegava a 54,8% e nas áreas urbanas, a 19,2%. Esses dados só nos mostram que a televisão, tornou-se sim, um dos principais veículos de comunicação de massa do país, mas ainda há problemáticas relacionadas a isso, como, a falta de pluralismo e diversidade, os poucos lugares de falas em que se concentra o poder de fala exibidos na televisão (Pereira, 2020).

Estudos como os de Pereira (2020), e outros autores salientam que há muito tempo, o negócio televisão e o jornalismo audiovisual são dominados por famílias influentes, que concentram em suas mãos a responsabilidade e o poder de trazer a informação para a população (Rios *et al.*, 2015). Ao observar a concentração da mídia no Brasil, sobretudo no setor televisivo – ao qual possuímos mais interesse em analisar no presente trabalho, Marinoni (2015) destaca que cinco grandes empresas de comunicação formam um oligopólio midiático, sendo elas: Rede Globo, com 123 emissoras (próprias e afiliadas); Rede SBT, com 114 emissoras (próprias e afiliadas); Rede Record, com 108 emissoras (próprias e afiliadas); Rede Bandeirantes de Televisão, com 49 emissoras (próprias e afiliadas); e RedeTV!, com 40 emissoras (próprias e afiliadas). A luta contra a hegemonia do modelo comercial de televisão, onde poucas famílias controlam os principais canais televisivos (Bolaño, 2004; Jambeiro, 2002; Gørgen, 2009), é um aspecto crucial dessa discussão. Isso porque essa concentração de poder na informação marca profundamente os setores de comunicação privados, destacando a necessidade de maior diversidade e pluralidade na mídia.

Esse breve contexto de desenvolvimento da televisão no país permite compreender melhor o ponto de partida da criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) há aproximadamente 15 anos. A emissora começou a ser idealizada como rede pública de comunicação, com o intuito de ofertar ao cidadão uma programação fora do padrão das redes convencionais, auxiliando na ampliação de conteúdos, sendo

jornalístico ou não (Coutinho; Vieira, 2016). Vale ressaltar que as emissoras comerciais brasileiras possuem concessão do serviço público e, portanto, devem se comprometer com o retorno que dão aos telespectadores. No entanto, aparenta haver uma “dissonância com as percepções acerca de sua programação” (Coutinho, 2013).

A partir da Medida Provisória (MP) nº. 398, que posteriormente se tornou a Lei 11.652/2008² em outubro de 2007 foi autorizada a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), tendo como objetivo principal garantir o pluralismo, a diversidade e a promoção da cidadania, bem como desenvolver uma comunicação de interesse público.

Desde o seu início, a TV Brasil foi elaborada como um espaço para a prática cidadã, Luiz Dulci, secretário da presidência da República, em 2007, resalta essa meta: “O objetivo da TV Pública é mesmo prestar um serviço público. Tratar daqueles temas que são importantes para a sociedade, que interessam a milhões de pessoas e que nem sempre são tratados pelas TVs privadas” (Dulci apud Coutinho, 2013). Coutinho (2013) salienta como uma das potencialidades de uma emissora de TV Pública a independência política e financeira, o que garantiria uma menor concentração midiática e, conseqüentemente, contribuiria para uma comunicação plural, diversa e apartidária (p. 21).

É possível afirmar que a origem da EBC reflete um caráter de comunicação cidadã. Esse caráter se manifesta especialmente no processo de formulação da emissora, no qual a deputada Maria do Carmo Lara (PT-MG) propôs uma emenda para alterar a expressão “direito à informação do cidadão” por “direito à comunicação do cidadão”. Essa mudança visava atribuir um papel protagonista ao telespectador, sugerindo que ele não apenas consumisse conteúdo passivamente, mas também participasse ativamente na produção e na escolha da programação televisiva.

(...) a TV Brasil, como emissora de televisão pública deveria possibilitar a difusão de diferentes vozes, imagens e sons, produzidos segundo uma diversidade de princípios editoriais de tal modo que a pluralidade de opiniões e perspectivas fosse construída a partir da experimentação do direito de comunicar, em um canal público (Coutinho, 2013. p. 27).

²Lei 11.652/2008. Disponível em: <https://legislacao.presidencia.gov.br/atos?tipo=LEI&numero=11652&ano=2008&ato=98fETT61UNRpWT349>. Acesso em: 12 abr. 2023.

Assim, conforme discutido por Coutinho (2013), essa iniciativa permitiria o incentivo à transformação de consumidores em cidadãos mais engajados e representados na mídia.

AS DIFICULDADES DO MODELO DE TV PÚBLICA: DESCARACTERIZAÇÃO DA TV BRASIL ENTRE 2016-2022

Desde sua criação, a TV Brasil já passou por diversas fases turbulentas, diretamente ligadas a situações governamentais. As divergências foram iniciadas já na gestão de Michel Temer, como presidente em 2016, que mudou de maneira antidemocrática e autoritária a direção/presidência da Empresa, além de extinguir o Conselho Curador, por meio do decreto nº 8.846. Além disso, a EBC, empresa de comunicação à qual se vincula a TV Brasil, foi incluída formalmente no Plano de Parcerias e Investimentos, como possível bem a ser privatizado. Logo após o curto mandato de Michel Temer, em 2018 teve início o governo de Jair Bolsonaro no qual os planos de privatização da empresa foram reafirmados como ameaças; houve mudanças na grade da programação da TV Brasil, assim como censura e alteração de programas:

(...) No governo Bolsonaro, percebe-se que aos Planos de Privatização e às ameaças de extinção somaram-se inúmeras intervenções na própria programação e conteúdos veiculados pela emissora, desviada de seu caráter público ao ser, via Decreto presidencial, de abril de 2019, acoplada à TV estatal NBR. Desde então, pautas e abordagens temáticas passaram a ser controladas/censuradas pelo governo Bolsonaro e a cobertura de atos políticos e partidários de governo passou a ser prioridade na grade, o que fere os princípios – de universalidade, diversidade, independência e diferenciação (Unesco, 2001) – que devem ser perseguidos por esse segmento da radiodifusão. São emblemáticas, por exemplo, a censura à cobertura do caso Marielle Franco e o sobre o julgamento da parcialidade de Sergio Moro nas causas que envolvem o ex-presidente Lula, assim como as intervenções na própria cobertura dos efeitos da pandemia da Covid-19 em todo o Brasil(...) (Pinheiro, 2021. p.86).

O talk show Sem Censura foi um dos conteúdos mais ameaçados a partir de 2019, quando entrou no ar a chamada ‘Nova Tv Brasil’, época em ocorreu uma das maiores interferências diretas do governo em sua programação. Além disso, a TV Brasil também teve sua grade integrada à da emissora de natureza estatal, TV NBR, com veiculação de conteúdos diferentes daqueles entendidos como ideais para uma TV pública (Bezerra, 2019).

O anúncio oficial da retirada do programa “Sem censura” veio em janeiro de 2019. Após a sociedade, a mídia especializada e as redes sociais exercerem pressão para seu retorno em 18 de fevereiro daquele ano, a direção da EBC optou por mantê-lo na grade de programação da TV Brasil. Em 10 de abril de 2019, o programa recebeu um novo cenário e retornou à programação ao vivo, sob direção de Alan Rapp. Nessa época, contudo mais que por mudanças estéticas, o Sem Censura passou por transformações consideráveis, tornando-se um programa que tematizava apenas o jornalismo político e passou a ser chamado na internet de “Com Censura”. Outra mudança foi na periodicidade, que deixou de ser de segunda a sexta; no período, o programa foi transmitido uma vez por semana.

Em 2023, após eleição e início do terceiro mandato do presidente Luiz Inácio da Silva, a TV Brasil realizou uma significativa reestruturação, tanto na programação quanto na identidade visual da rede. A mudança buscou renovar e diversificar a oferta de conteúdo da emissora para atender às demandas e interesses do público contemporâneo como ressaltou na época seu o diretor-presidente da EBC, jornalista Hélio Doyle:

(...)Esses lançamentos fazem parte do nosso esforço em resgatar a missão da TV Pública. Queremos levar à população uma programação de qualidade, que ao mesmo tempo em que ofereça entretenimento, seja informativa, cultural e educativa. Uma televisão plural e que contribua para o fortalecimento da nossa democracia(...), afirma o ex diretor-presidente da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), Hélio Doyle (EBC, 2023, s.p.).

A emissora introduziu novos programas e formatos, promovendo uma abordagem mais inclusiva e focada em temas relevantes e atuais. O anúncio da nova programação da TV Brasil foi anunciado em 1º de agosto de 2023 por meio do telejornal da emissora, Repórter Brasil. No trecho, destaca-se a estreia de novos programas culturais, informativos e de entretenimento, além da reestruturação de programas já existentes, como o Sem Censura. Também apresentam a nova marca visual da rede, marcando o início de uma nova era da TV Brasil, com o objetivo de se tornar ainda mais plural, como destacado no vídeo institucional divulgado pela emissora, que mostra detalhes da nova marca. É notório a forma como a estatal vem tentando reconquistar seu espaço nas realidades dos brasileiros e a tentativa clara de fidelizar o

espectador, a diretora de conteúdo da rede explica a mudança como uma nova forma de tentar fazer a TV Brasil se reposicionar.

(...)Essa nova programação vem sendo pensada desde o início da nova gestão e, até o fim do ano e início de 2024, teremos novidades todos os meses. São vários novos conteúdos que a gente vem desenvolvendo com um ritmo cuidadoso para reposicionar a TV Brasil e valorizar o conteúdo nacional(...), explica a diretora de Conteúdo e Programação, Antonia Pellegrino. (EBC, 2023, s. p.)

As mudanças realizadas no segundo semestre de 2023 buscavam resgatar sua história, já que sua apresentação semanal anterior não só descaracteriza o modelo de programas como o Sem Censura, como outros espaços da TV Pública não eram completamente consolidados. No período do governo Bolsonaro houve ações que abalaram de forma significativa o que vinha sendo construído em termos de comunicação pública no Brasil.

Em contraponto, como expressa Antonia Pellegrino no trecho acima recortado, desde o segundo semestre de 2023 a emissora está buscando de forma cuidadosa o reposicionamento e fica muito claro ao observar os novos elementos gráficos, a forma mais leve dos apresentadores e também a forma com que sempre estão buscando trazer o público para participar da TV.

Imagem 1: Tela inicial do canal no *YouTube* da TV Brasil.



Fonte: Site da TV Brasil no Youtube

Imagem 2: *Story* postado no *Instagram* da TV Brasil após a exibição do programa do dia 27/06, convidando os seguidores a irem assistir a edição do dia



Fonte: Instagram da TV Brasil

Esses aspectos ficam evidentes ao observarmos as redes sociais, como *YouTube*, e o próprio site da emissora, o que reforça a postura de transformação dos aspectos gráficos, visuais e audiovisuais que compõem a imagem da TV Brasil.

ANÁLISE DO PROGRAMA “SEM CENSURA”

A Análise da Materialidade Audiovisual oferece uma abordagem abrangente para avaliar os conteúdos em vídeo e considera não apenas os elementos textuais presentes, como também possibilita uma investigação do material audiovisual de forma ampla e sem decomposição, o que engloba os paratextos - percepções e impressões - que esses conteúdos geram no espectador.

De acordo com Coutinho (2016; 2018), após a pesquisa bibliográfica, inicia-se a etapa de criação de eixos de análise, essenciais para se compreender o objeto pesquisado. Para o presente trabalho, utilizamos os seguintes eixos:

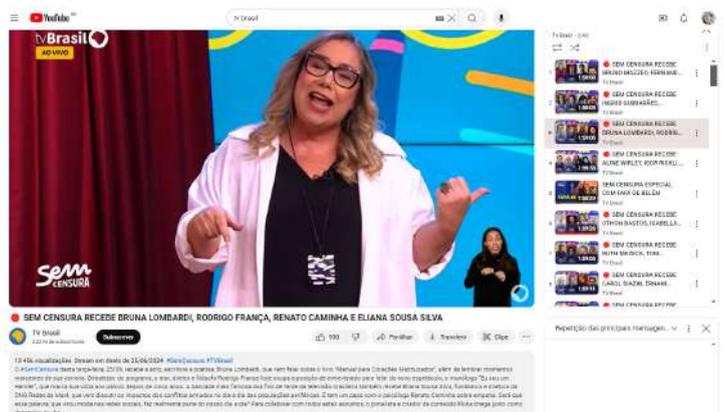
(Eixo 1) Reformulação e Pluralismo: Está sendo cumprida a promessa de pluralismo e diversidade? As edições estão trazendo diferentes vozes e perspectivas no programa? Os temas abordados realmente tem relevância para a cidadania e para os brasileiros?

(Eixo 2) Percepção e repercussão do público: As mudanças na identidade visual e na abordagem do programa após 2023 se relacionam com a tentativa para reconquistar o

público e promover a participação ativa? O uso de plataformas digitais como YouTube para a disponibilização de conteúdos é um facilitador para a fidelização dos telespectadores? A fala direcionada especialmente a quem está assistindo influencia nas relações de consumo dos conteúdos da emissora?

Para fins comparativos, tomamos como objetos empíricos três episódios do programa, disponíveis no canal do *YouTube*, sendo eles: Sem Censura recebe Bruna Lombardi, Rodrigo França, Renato Caminha E Eliana Sousa Silva (25 de junho); Sem Censura recebe Ingrid Guimarães, Manuela Cantuária, Carol Velloso E Tatiana Paranaguá (26 de junho); Sem Censura recebe Bruno Mazzeo, Fernando Caruso, Dr. Fernando Gomes E Kátia Campelo (27 de junho).

Imagem 3: Programa exibido no dia 25 de junho de 2024



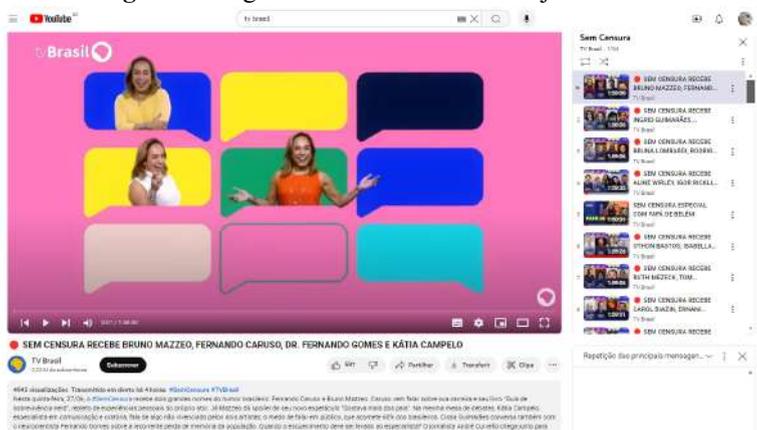
Fonte: Youtube da TV Brasil

Imagem 4: Programa exibido no dia 26 de junho de 2024



Fonte: Youtube da TV Brasil

Imagem 5: Programa exibido no dia 27 de junho de 2024



Fonte: Youtube da TV Brasil

O episódio do "Sem Censura" é transmitido em 25 de junho de 2024, disponível no YouTube, com apresentação especial da jornalista e produtora do programa, Katy Navarro, substituindo Cissa Guimarães, ausente por motivos de saúde. O episódio contou com Bruna Lombardi e Rodrigo França, Bruna Lombardi, atriz, escritora e poetisa, foi uma das figuras centrais, compartilhando seu livro "Manual para Corações Machucados" e refletindo sobre momentos marcantes de sua carreira multifacetada. Sua presença não apenas destacou questões literárias e artísticas, mas também trouxe uma visão pessoal sobre temas relacionados ao bem-estar emocional e espiritual.

Rodrigo França, ator, diretor e filósofo, assumiu um papel duplo no programa, não apenas como debatedor, mas também como entrevistado, discutindo seu novo monólogo "Eu sou um Hamlet". Eliana Sousa Silva, fundadora e diretora da ONG Redes da Maré, trouxe uma perspectiva essencial ao discutir os impactos dos conflitos armados nas comunidades periféricas. Seu trabalho é crucial para entender as dinâmicas sociais e políticas que afetam diretamente a vida de milhares de brasileiros que vivem nessas áreas e ter esses espaço para que possa ser exibido é de muita serventia em relação ao pluralismo comunicacional.

Já o psicólogo Renato Caminha contribuiu para o debate ao explorar o conceito de empatia, questionando sua aplicação prática no cotidiano, especialmente em um contexto onde termos como esse muitas vezes são banalizados nas redes sociais. Muka, jornalista e criador de conteúdo, completou a bancada como debatedor, trazendo sua perspectiva sobre os temas discutidos e enriquecendo o diálogo com sua experiência e conhecimento.

No episódio do dia 26 de junho a atriz Ingrid Guimarães foi uma das principais atrações, oferecendo pontos de vista sobre sua carreira e revelando seu novo projeto profissional ao público. Sua participação não apenas trouxe um olhar íntimo sobre os bastidores da indústria do entretenimento, mas também destacou as evoluções e desafios enfrentados por artistas no Brasil contemporâneo.

Já a presença da especialista em finanças, Carol Velloso, trouxe uma abordagem prática e necessária ao discutir estratégias para lidar com compradores compulsivos, um problema crescente em uma sociedade cada vez mais consumista. Manuela Cantuária, escritora e roteirista, acrescentou uma dimensão cultural e criativa à discussão ao explorar o desafio de criar personagens femininas autênticas em narrativas ficcionais.

Este tema é particularmente relevante em um momento em que há uma demanda crescente por representações diversificadas e complexas de mulheres na mídia. A estreia de Tatiana Paranaguá na bancada como debatedora trouxe uma perspectiva psicológica interessante, complementando as discussões sobre feminismo, representação e consumo responsável. Seu livro "Vínculo Fantasma" adiciona uma camada adicional de profundidade às conversas, explorando questões emocionais e psicológicas que muitos espectadores podem enfrentar. A combinação de diferentes perspectivas — do entretenimento à psicologia, passando pela literatura e finanças — reflete a amplitude de interesses e preocupações da audiência contemporânea.

O episódio do programa do dia 27 de junho apresentou uma variedade de temas intrigantes e convidados renomados, destacando-se pela presença de grandes nomes do humor brasileiro e especialistas em diferentes áreas. Fernando Caruso e Bruno Mazzeo, ambos comediantes, foram os principais destaques do dia. Caruso compartilhou perspectivas sobre sua carreira e discutiu seu livro "Guia de sobrevivência nerd", que não só oferece um olhar humorístico, mas também pessoal sobre suas experiências.

Por outro lado, Mazzeo adiantou detalhes sobre seu novo espetáculo "Gostava mais dos pais", prometendo aos espectadores uma prévia do que está por vir em sua nova produção. Na mesma mesa de debates, Kátia Campelo, especialista em comunicação e oratória, abordou a temática relacionada ao medo de falar em público, que afeta uma grande parcela da população brasileira. Este tópico trouxe uma perspectiva diferente, complementando as discussões humorísticas com uma reflexão séria sobre uma habilidade crucial para muitos profissionais.

Além disso, o neurocientista Fernando Gomes trouxe uma abordagem científica ao programa, discutindo a recorrente questão da perda de memória na população. Junto com a apresentadora, exploraram quando o esquecimento se torna preocupante o suficiente para exigir a intervenção de um especialista, um tema de relevância crescente à medida que a população envelhece e busca entender melhor os sinais de declínio cognitivo. Para enriquecer ainda mais o debate, o jornalista André Curvello participou das conversas, oferecendo uma perspectiva jornalística e ajudando a conectar os diferentes tópicos discutidos ao longo do programa.

Nos episódios desta nova fase do programa "Sem Censura" da TV Brasil - exibido diariamente - uma gama diversificada de temas foi discutida com profundidade e relevância. Neste contexto, observamos que o cenário colorido e visualmente atraente, junto com a nova vinheta mais vibrante, contribuiu para a sensação de um programa cultural e de entretenimento, afastando-se da estética sóbria dos telejornais. Esses elementos visuais, juntamente com a linguagem acessível e a interação com o público, reforçam a tentativa da TV Brasil de renovar seu conteúdo e se conectar mais efetivamente com seus telespectadores.

Por fim, o episódio trouxe um tom coloquial e leve, características que buscam aproximar o público, diferentemente do formato mais rígido e jornalístico de edições anteriores. A interação com o público foi incentivada através das redes sociais, especificamente pelo uso da hashtag #SemCensura e pelo WhatsApp, promovendo uma comunicação mais direta e envolvente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em linhas gerais, pode-se concluir que o formato mostrou-se alinhado com a recente reformulação da emissora. O programa apresentou uma abordagem dinâmica e interativa, focando em debates sobre temas culturais e sociais relevantes, com convidados que incluem artistas, influenciadores e especialistas. A interação com o público foi incentivada através de redes sociais, criando um ambiente mais inclusivo e engajador, que vem se mostrando eficiente ao notar que no primeiro episódio analisado tem 75 comentários - sendo 43 deles no *chat* ao vivo - no segundo cerca de 30 e no terceiro vídeo 12. Além disso, a estética visual e sonora do programa também refletiu essas mudanças, promovendo um visual mais moderno e acessível.

Deste modo, apesar de serem programas longos com média de uma hora e meia a duas horas. O "Sem Censura" continua sendo uma plataforma valiosa para discutir não apenas as tendências do entretenimento e cultura, mas também questões sociais e pessoais que afetam diretamente o público brasileiro, ele continua proporcionando um espaço dinâmico para explorar esses temas de maneira acessível e informativa, desse modo vem cumprindo o papel proposto desde a criação da emissora.

O presente artigo buscou investigar o impacto da reintrodução e reformulação do programa "Sem Censura" na TV Brasil, especialmente após os desafios enfrentados durante governos anteriores, que culminaram na ameaça de retirada do programa do ar no início de 2019. A análise centrou-se em como essas mudanças afetam a percepção do público em relação ao programa, sua identidade e relevância, além de refletir sobre como o atual formato diário do talk show aborda temas pertinentes do cotidiano e de interesse público na televisão aberta.

Ao adotar a metodologia da Análise da Materialidade Audiovisual, desenvolvida por Iluska Coutinho, a pesquisa explorou não apenas os elementos textuais, mas também o som, imagem, tempo e edição presentes nos episódios analisados. Essa abordagem permitiu uma compreensão mais ampla das escolhas editoriais e seus efeitos na percepção do público, destacando como a TV Brasil tem buscado cumprir seu papel de oferecer uma programação diversificada e de interesse público.

Isso porque, como emissora pública, a TV Brasil enfrenta desafios significativos, especialmente em um contexto marcado pela concentração midiática e interferências políticas. Desde sua criação, a EBC foi concebida para ser um contraponto ao modelo comercial dominante, promovendo o pluralismo, a diversidade e a cidadania através de sua programação.

No entanto, períodos de instabilidade política, como durante os governos de Michel Temer e Jair Bolsonaro, colocaram em risco esses princípios, resultando em mudanças na direção da emissora e censura de conteúdos.

A reintrodução e a reformulação do "Sem Censura", após pressões da sociedade civil e da mídia especializada, representam um esforço significativo para manter viva a proposta original da TV Brasil. Os episódios analisados mostraram uma diversidade de temas abordados, incluindo cultura, política, saúde mental e ciência, com participação de figuras públicas e especialistas que enriqueceram os debates.

Sobre esta nova fase do programa, percebemos que ela se distingue pela sua abordagem mais leve e acessível, afastando-se do formato rígido e formal de edições anteriores. Elementos visuais como o novo cenário e a identidade visual renovada refletem essa tentativa de se conectar de maneira mais efetiva com o público contemporâneo. A interação através das redes sociais também desempenha um papel crucial nesse processo, promovendo uma comunicação direta e participativa.

No entanto, a TV Brasil ainda enfrenta o desafio de consolidar sua identidade como emissora pública independente e plural, especialmente diante das pressões políticas e econômicas. A análise dos episódios do "Sem Censura" sugere que a emissora está no caminho certo para recuperar seu papel como espaço de debate e promoção da diversidade de opiniões e perspectivas na televisão brasileira.

Portanto, este estudo não apenas contribui para o projeto macro de Iniciação Científica, como também lança luz sobre os desafios e as oportunidades enfrentados pelas emissoras públicas no contexto midiático atual do Brasil. A TV Brasil continua a ser um caso relevante de estudo para entender como a comunicação pública pode influenciar o debate democrático e a participação cidadã na sociedade contemporânea.

Referências bibliográficas

- BOLAÑO, César. **Mercado Brasileiro de Televisão**. 2ª ed. São Cristóvão, SE: Universidade Federal de Sergipe; São Paulo: EDUC, 2004.
- COUTINHO, Iluska. **Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade**. In: Emerim, C.; Coutinho, I.; Finger, C. (orgs.). *Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 7. Florianópolis: Insular, 2018.
- _____. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível**. In: Anais [...] XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo: ECA-USP, 2016.
- _____. **A informação na TV pública**. 1ª ed. Florianópolis: Insular, 2013.
- _____.; VIEIRA, A. **TV Brasil e o projeto de uma televisão pública: uma análise de sua autonomia relativa**. Revista Eco Pós, 2015.
- EBC. **EBC apresenta nova marca e identidade visual de seus veículos**. Disponível em: <https://www.ebc.com.br/sala-de-imprensa/noticias/2023/08/ebc-apresenta-nova-marca-e-identidade-visual-de-seus-veiculos>. Acesso em: 16 abr. 2024.
- _____. **TV Brasil estreia nova programação a partir de 18 de setembro**. Disponível em: <https://www.ebc.com.br/sala-de-imprensa/noticias/2023/09/tv-brasil-estrea-nova-programacao-a-partir-de-18-de-setembro>. Acesso em: 16 abr. 2024.
- GÖRGEN, James. **Sistema central de mídia: proposta de um modelo sobre os conglomerados de comunicação no Brasil**. 2009. 143 f. Dissertação [Mestrado em Comunicação]. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS, Porto Alegre, 2009.
- JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: EDUFBA, 2001.

TV BRASIL. **Sobre a TV**. Brasília, 22 de maio. 2017. Disponível em:
<http://tvbrasil.etc.com.br/sobreatv>. Acesso em: 15 abr. 2023.

_____. Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008. **Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC**. Brasília, 2008.

RIOS, E. R.; CARDOSO, E. R.; PONTES, F. A.; ROBERTO, J.; GARCIA, R. W. S. **Oligopólio das comunicações no Brasil**. Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização em Gestão Estratégica e Política Pública. Universidade de Campinas, 2015.

BRASIL. **Lei nº 11.652, de 7 de abril 2008**. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo [...]. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Brasília, 7 de abril de 2008.

TV BRASIL. **SEM CENSURA RECEBE BRUNO MAZZEO, FERNANDO CARUSO, DR. FERNANDO GOMES E KÁTIA CAMPELO**. 2024. Disponível em:

https://www.YouTube.com/watch?v=Oo-5rCvf5ys&list=PLuP7SQK7lt1bJpKQMeQwSRw_cRT8ySvnF&index=1. Acesso em: 28 jun. 2024.

TV BRASIL. **SEM CENSURA RECEBE INGRID GUIMARÃES, MANUELA**

CANTUÁRIA, CAROL VELLOSO E TATIANA PARANAGUÁ. 2024. Disponível em:

https://www.YouTube.com/watch?v=mHhv2nh3848&list=PLuP7SQK7lt1bJpKQMeQwSRw_cRT8ySvnF&index=2. Acesso em: 28 jun. 2024.

TV BRASIL. **SEM CENSURA RECEBE BRUNA LOMBARDI, RODRIGO FRANÇA,**

RENATO CAMINHA E ELIANA SOUSA SILVA. 2024. Disponível em:

https://www.YouTube.com/watch?v=7GEMtX18T2Q&list=PLuP7SQK7lt1bJpKQMeQwSRw_cRT8ySvnF&index=3. Acesso em: 28 jun. 2024.

DE SOUSA BEZERRA, R. M. C. A **“NOVA TV BRASIL” É PÚBLICA? Uma análise de conteúdo da programação jornalística da emissora da EBC**. Brasília:

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

DEPARTAMENTO DE JORNALISMO, 2019. Acesso em: 28 jun. 2024.