

“Sem Censura” reformulado: uma análise da evolução audiovisual do programa como resposta às demandas contemporâneas¹

Raphaella TOLEDO²

Thuany MENEZES³

Iluska COUTINHO⁴

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

RESUMO

O atual trabalho investiga o impacto da reintrodução e reformulação do programa "Sem Censura" na programação televisiva, tendo como recorte empírico dois episódios de diferentes edições: um de 2022 e outro de 2024. Por meio da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016; 2018), observou-se uma mudança significativa na abordagem e estrutura do programa, através de novos apresentadores e recursos transmidiáticos. 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.

PALAVRAS-CHAVE

Pluralidade; Sem Censura; Emissoras Pública; Jornalismo; Entretenimento

INTRODUÇÃO

Durante muito tempo, o jornalismo audiovisual foi dominado por famílias influentes no Brasil, assumindo a responsabilidade de informar a população sobre os acontecimentos (Rios *et al.*, 2015). Esse cenário evidencia que as redes privadas de comunicação são impulsionadas principalmente pelo lucro, o que levanta preocupações sobre a qualidade e imparcialidade da informação divulgada. A luta contra a hegemonia do modelo comercial de televisão, onde poucas famílias controlam os principais canais televisivos (Bolaño, 2004; Jambeyro, 2002; Görger, 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.

Para tornar esse cenário mais representativo da sociedade brasileira há buscas de diferentes entidades e grupos que defendem a democratização da comunicação. Foi

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos em Comunicação e suas Interdisciplinaridades, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho 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 Estudante do Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Juiz de Fora. Bolsista PIBIC (CNPq), integrante do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. E-mail: thuany.menezes@estudante.ufjf.br

⁴ 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

também em respostas a esses movimentos que há anos começou a ser construída a proposta de uma empresa pública de comunicação, a Empresa Brasil Comunicação (EBC), responsável pela TV Brasil, entre outros veículos. A promessa da comunicação pública é ofertar ao cidadão uma programação fora do padrão das redes convencionais, auxiliando na ampliação de conteúdos (Coutinho; Vieira, 2016). A partir da Medida Provisória 398, que posteriormente se tornou a Lei 11.652/2008², em outubro de 2007, foi autorizada a criação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), que teria como principal objetivo 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).

No intuito de fornecer ao público brasileiro um conteúdo audiovisual de qualidade, dois meses após a criação da Empresa Brasil de Comunicação, em dezembro de 2007, surgiu a TV Brasil. Esta emissora foi concebida com o objetivo de complementar e diversificar a oferta de conteúdo, oferecendo uma alternativa ao modelo predominante das emissoras privadas que muitas vezes são guiadas por interesses comerciais (Coutinho, 2013). A TV Brasil se dedica a uma programação que abrange temas informativos, culturais, científicos e educativos, visando formar cidadãos conscientes (TV Brasil, 2018).

O presente trabalho tem o objetivo de investigar o impacto da reintrodução e reformulação do “Sem Censura” na programação televisiva, após os desafios enfrentados. Busca ainda analisar como essas mudanças afetam a percepção do público em relação ao programa, sua identidade e relevância. Para isso, a metodologia da Análise da Materialidade Audiovisual foi aplicada para analisar os conteúdos.

UMA ANÁLISE DO SEM CENSURA EM DOIS TEMPOS

Desenvolvida por Iluska Coutinho (2016; 2018) a Análise da Materialidade Audiovisual 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, como imagens, cenários, artifícios gráficos e o contexto em que o material é apresentado. Além disso, a análise leva em conta as

²Lei 11.652/2008. Disponível em:
<https://legislacao.presidencia.gov.br/atos?tipo=LEI&numero=11652&ano=2008&ato=98fETT61UNRpWT349>.
Acesso em: 12 abr. 2024.

percepções e impressões que esses conteúdos geram no espectador, especialmente no ambiente digital.

Para fins comparativos, tomamos como objetos empíricos de análise dois episódios do programa, sendo eles: veiculado em 21 de novembro de 2022 e apresentado por Marina Machado; e o veiculado em 26 de fevereiro de 2024 e apresentado por Cissa Guimarães. O primeiro foi fruto de uma repaginação feita após a pausa dada durante o período da pandemia do COVID-19, com duração até meados de 2023. Já o segundo trata-se de um dos objetos de reformulação da TV Brasil em 2024. Desse modo, a reformulação do modelo de programa traz consigo a tentativa de reconexão da emissora com os telespectadores.

No programa apresentado por Marina Machado, em 2022, observou-se uma estrutura mais similar a um telejornal e distante de um programa de entretenimento. O episódio analisado contou com a participação de Nathalia Arcuri, especialista em finanças, e de duas debatedoras: Juliana Inhasz, economista, e Stéphanie Fleury, apresentadora da CNN Brasil. Dentre as características que remetem a um telejornal, destacam-se as tarjas inseridas ao longo do programa; fixas ficam o título “Opinião que valoriza a informação”, o horário, o nome do programa, a logo da TV Brasil e da Agência Brasil, a #semcensura, e uma em movimento com notícias atuais. Quando é apresentado o nome e cargo das pessoas, a imagem fica poluída e com disputa de atenção para as informações expostas.

Outro ponto de encontro com os telejornais é a vinheta de abertura do programa com tons mais sóbrios, efeitos sonoros similares ao de notícias factuais, tela de fundo com imagens da cidade. Além disso, notou-se ainda que mesmo após uma breve apresentação dos convidados por parte da apresentadora, é exibido um VT para apresentar melhor a convidada principal, porém, com enfoque na vida profissional da pessoa. A forma de se comunicar da apresentadora, embora tente “quebrar o gelo” em alguns momentos, tem uma postura mais fria e não provoca tanta aproximação com o público telespectador.

Em 2023, a TV Brasil realizou uma significativa reestruturação em sua programação, buscando renovar e diversificar sua oferta de conteúdo para atender às demandas e interesses do público contemporâneo. A emissora introduziu novos programas e formatos, promovendo uma abordagem mais inclusiva, com foco em temas

relevantes e atuais. O anúncio da nova programação da TV Brasil foi publicado no dia 01 de agosto de 2023, pelo telejornal da emissora - Repórter Brasil. No trecho, as repórteres destacam que a rede conta com estreia de novos programas culturais, informativos e de entretenimento, além da reestruturação de programas já existentes, como o *Sem Censura*. Além disso, apresentam a nova marca visual da rede, estabelecendo o início de uma nova era da TV Brasil, a fim de se tornar *ainda mais plural*, como é destacado no vídeo institucional divulgado pela emissora no qual mostra detalhes da nova marca.

Além disso, a emissora investiu na utilização de recursos transmidiáticos e na interação com o público através das redes sociais, ampliando seu alcance e engajamento com os telespectadores em diferentes plataformas. A fim de compreender essas mudanças, tomamos como objeto de análise o primeiro episódio da nova edição, veiculado dia 26 de fevereiro de 2024.

Ao analisar o episódio, é possível observar uma linguagem coloquial e leve, tanto da apresentadora quanto dos entrevistados. Tal característica é capaz de trazer a sensação de familiaridade ao público, remetendo a um programa de entretenimento, sendo completamente diferente do tom de entrevista jornalística que Marina costumava abordar. O programa analisado contou com a participação de Cláudia Raia, Miguel Falabella, Luciana Barreto e Xande de Pilares, figuras importantes no cenário cultural do país, além disso, o debatedor e influencer nas redes sociais, Muka. Dentre as características que remetem a uma peça de entretenimento, destaca-se a comunicação de Cissa diretamente com o público, logo no início, chamando-os para participar ativamente no programa através do X (antigo Twitter), com a Hashtag *#SemCensura* e também pelo WhatsApp. Em relação ao cenário, a substituição de bancadas e imagens que remetem ao telejornalismo por elementos visuais multiformes e coloridos também contribuem para associação a um programa cultural e de entretenimento.

Outro aspecto observado é a evolução audiovisual da versão 2024, através de uma nova vinheta mais colorida com imagem da apresentadora e com efeitos sonoros mais leves que a versão de 2022. Além disso, os convidados e Cissa sentados enquanto debatem um assunto também é uma característica oposta, mas que remete ao modelo tradicional utilizado por 20 anos, diferente do apresentado por Marina. A nova edição conta ainda com a renovação das tarjas inseridas na tela e a ausência de elementos como

horário e factuais; contém fixamente apenas a logo do programa, da TV Brasil e a #semcensura. A cada mudança de tema durante a conversa, sobe uma tarja - mais suave que a versão anterior - por um período curto mas que permite um aspecto visual mais limpo e leve.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como resultados preliminares, observou-se que a reintrodução do programa "Sem Censura" na programação televisiva, agora sob a apresentação de Cissa Guimarães, representa uma tentativa significativa de revitalizar e fortalecer a identidade e o impacto do programa junto ao público, o contato direto com o público através das redes sociais. Esta decisão, aliada à estratégia de reconfiguração da grade de programação e à utilização de recursos transmidiáticos, evidencia um esforço da emissora em adaptar-se às demandas e expectativas contemporâneas do público, além de representar um passo importante na evolução do programa. A criação e reformulação da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e sua emissora, a TV Brasil, representam um esforço para romper com o modelo comercial predominante, buscando oferecer uma programação que promova o pluralismo, a diversidade e a cidadania. No entanto, é válido ressaltar ainda que o contexto no qual cada programa está inserido impacta na sua forma de comunicar e na recepção do público.

O primeiro episódio analisado, de 2022, tem as marcas de desafios e incertezas do período, especialmente no que diz respeito à liberdade jornalística e à pluralidade de vozes. Isso explicaria a abordagem mais próxima ao telejornalismo, refletindo uma tentativa de manter uma postura mais séria e informativa diante do cenário de repressão jornalística. Já o segundo, de 2024, ocorre em um contexto mais alinhado aos ideais da Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e da TV Brasil, que buscam promover o pluralismo, a diversidade e a cidadania na mídia. Neste momento, há uma maior abertura para explorar formatos mais leves e coloquiais, com ênfase no entretenimento e na interatividade com o público, em consonância com a missão da emissora de oferecer uma programação diferenciada e de interesse público. Neste sentido, a análise desses programas não apenas evidencia a evolução do "Sem Censura" e da TV Brasil ao longo do tempo, mas também reflete as transformações no cenário midiático brasileiro e as diferentes abordagens adotadas em resposta aos desafios e oportunidades apresentados

pelo contexto histórico e político.

A reintrodução e reformulação do programa "Sem Censura" na programação televisiva, especialmente sob a apresentação de Cissa Guimarães, exemplifica esse movimento de renovação e fortalecimento da identidade do programa, buscando se reconectar com o público de forma mais direta e interativa, principalmente por meio das redes sociais (TV Brasil, 2023). A transição de uma abordagem mais próxima ao telejornalismo para um formato mais leve e coloquial, com elementos de entretenimento, reflete a adaptação às demandas e expectativas contemporâneas do público, além de representar um passo importante para a evolução do programa e da própria emissora. Essas mudanças não apenas revitalizam a programação da TV Brasil, mas também contribuem para ampliar a diversidade de vozes e perspectivas na mídia brasileira, promovendo assim uma sociedade mais informada, crítica e participativa.

REFERÊNCIAS

- 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.ebc.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.