



SBT Brasil e o jornalismo opinativo na televisão brasileira¹

Alissa Cendi Vale de Carvalho²

Beatriz Costa Ribeiro³

Kelviane da Silva Lima⁴

Universidade Federal do Ceará

Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar cada aspecto do novo modelo telejornalístico do programa SBT Brasil, exibido diariamente pelo canal Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). Além de se observar o histórico do programa, sua linha editorial, seus apresentadores e detalhes técnicos, contempla-se um embasamento teórico acerca do Jornalismo Opinativo e seu gênero Comentário para a apresentação do novo quadro do telejornal, o “Opinião”. Como objeto de análise ilustrativo, foi escolhida a edição do dia 30 de maio de 2011, a primeira no formato veiculado atualmente.

Palavras-chave

SBT Brasil; telejornalismo; jornalismo opinativo; comentário.

1. Considerações Iniciais

Em 30 de maio de 2011, o SBT Brasil estreou um novo formato, uma proposta de fazer jornalismo opinativo apoiado no perfil dos novos apresentadores, Rachel Sheherazade e Joseval Peixoto. Essa edição foi escolhida para análise nesse artigo por estar disponível de forma completa na internet e por ser a primeira dessa nova proposta.

O objetivo é analisar o caráter opinativo do jornal, além de dissecar alguns aspectos técnicos - como cenário, enquadramento, recursos visuais e linguagem dos apresentadores - e sua influência no programa.

2. Jornalismo Opinativo

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

² Estudante de graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará. E-mail: alissavcarvalho@gmail.com

³ Estudante de graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará. E-mail: beatriz.ribeiro01@gmail.com

⁴ Estudante de graduação do 5º semestre do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará. E-mail: kel.ufc@gmail.com



2.1. Trajetória Histórica

Antes de traçar a linha do tempo do jornalismo de opinião, deve-se esclarecer seu significado. Segundo Luíz Beltrão, opinião seria uma "...função psicológica, pela qual o ser humano, informado de ideias, fatos ou situações conflitantes, exprime a respeito o seu juízo" (BELTRÃO apud VIEIRA, p.05). Partindo desse conceito, pode-se contextualizar o uso que as pessoas fizeram – e fazem – dos meios de comunicação objetivando exprimir juízo sobre o que vê e sobre o que vive.

A partir de meados do século XV e XVI, o interesse e a vontade humanos de saber o que se passa ao redor, somados às transformações estruturais na sociedade, ao aumento demográfico e às mudanças políticas – ocorridos principalmente em países da Europa Ocidental –, representaram fatores decisivos para a emergência histórica do jornalismo como instrumento essencialmente político e opinativo. As primeiras manifestações do que Domenico de Gregorio chama de “pré-história do jornalismo” (GREGORIO apud. MELO. 2003, p.21) – folhetins, gazetas, avisos, cartas oficiais – ganharam impulso pela possibilidade que apresentavam de sanar a necessidade social de se informar e expressar suas ideias frente a realidade do momento.

Apesar disso, devido à prática da censura prévia por parte das monarquias absolutistas e da inconsistência de periodicidade e formato, somente a partir da ascensão da burguesia, por volta do século XVIII, foi que o jornalismo em sua face mais semelhante à atual – no que se refere a processos mais regulares, de periodicidade definida e liberdade de expressão – emergiu e foi alargando sua importância como veículo de informações, opiniões e conhecimento no âmago da sociedade. Segundo José Marques de Melo,

Na medida em que a liberdade de imprensa beneficiava a todos, as diferentes correntes de pensamento ou os distintos grupos sociais se confrontavam através das páginas dos jornais que editavam. (MELO, 2003, p.23)

Porém, essa liberdade de imprensa se referia apenas a não intervenção do Estado na veiculação de conteúdo jornalístico. A lógica agora era outra: a da burguesia capitalista, com seus direcionamentos políticos e ideológicos.

A sociedade aumentava em números altíssimos. O ritmo acelerado das cidades e do mercado, com a Revolução Industrial, enquadraram o jornalismo nos “moldes” empresariais, transformando seu conteúdo em mercadoria de produção ágil e em escala, adotando as ilusórias características da “objetividade” e “imparcialidade”, consagradas



no modelo norte-americano. O posicionamento e os pontos de vista das instituições jornalísticas se camuflaram em estruturas narrativas mais ou menos fixas – com a implantação do *lead*, da pirâmide invertida, e da não adjetivação para dar ideia de isenção do jornalista/empresa do fato. Deu-se, assim, a hegemonia indiscutivelmente lucrativa do jornalismo informativo, não somente nos Estados Unidos e na Europa, mas também nos países que se basearam e adaptaram seus formatos – o Brasil, por exemplo –, a partir do século XIX.

O espaço declaradamente opinativo do jornalismo se reduziu, portanto, a poucas páginas ou minutos falados em rádio e televisão, destinados aos gêneros editoriais, comentários, artigos e resenhas. Apesar disso,

Admitir a convivência de categorias que correspondem a modalidades de relato dos fatos [jornalismo informativo] e das idéias no espaço jornalístico [jornalismo opinativo] não significa absolutamente desconhecer que o jornalismo continua a ser um processo social dotado de profundas implicações políticas, onde a expressão ideológica assume caráter determinante. Cada processo jornalístico tem sua dimensão ideológica própria, independentemente do artifício narrativo utilizado. (MELO, 2003, p.25)

2.2. O Comentário como gênero opinativo

Devido a transformação do jornalismo, agora mais rápido, dinâmico, no contexto social da pós-modernidade, o gênero Comentário foi introduzido no telejornalismo e no radiojornalismo. Superficialmente informados sobre o fato, as pessoas veem a necessidade de saber um pouco mais sobre o assunto, tentar entender seu desenrolar e consequências, o que muitas vezes não se encontra na notícia “crua”, e só podem ser avaliados por profissionais de boa bagagem cultural.

Esse profissional, o comentarista, é geralmente um jornalista de larga experiência em determinado assunto – política, esporte, economia, etc. –, participante, analista, que, exatamente por sua bagagem de conhecimentos, chega a uma posição dentro da instituição jornalística que trabalha em que pode emitir valores e juízos, o que o confere credibilidade como “líder de opinião”, mas que “procura manter, até onde é possível, um distanciamento das ocorrências” (MELO, 2003, p.112).

Antes de tomar caráter mais mercantil, o jornalismo institucional era *guiado* pela unidade monolítica ideológica do editorial. Já no contexto pós-industrial, o comentário surgiu como forma de quebrar essa unidade, abrindo o campo das possibilidades opinativas dentro da própria empresa. O jornalista poderia “assinar”, ao vivo, sua opinião, que não necessariamente seguiria “em todos os pontos e vírgulas” a linha



editorial do jornal. O comentário vai além da aparente “democratização ideológica” na instituição jornalística. Pode representar um mecanismo sutil, porém extremamente eficaz de o jornal/emissora poder veicular de uma forma ou de outra suas posições mais reacionárias, podendo, contudo, ausentar-se, a partir do momento em que, oficialmente, quem as assina é o jornalista comentarista.

O comentário se faz basicamente sobre os fatos imediatos, que, veiculados cada vez mais rápida e brevemente, necessitam de explanações mais gerais e de “pontes” que liguem os acontecimentos de temática adjacente.

No Brasil, o comentário surge na década de 50 e entra em seu auge na primeira metade da de 60, com o advento da televisão, mas sofre considerável declínio no período ditatorial, quando qualquer tipo de opinião – fosse relacionada à política, economia, sociedade – que “desconfortasse” os governos militares, era censurada. A partir de 1975, com a abertura, o comentário volta às rádios e canais de televisão.

Nos telejornais,

Newton Carlos [comentarista de assuntos internacionais] inicia competentemente o seu exercício, mas nunca chega a atingir o padrão ideal para o comentário televisivo, pois permanece preso ao texto, se não o texto lido, a expansão oral atravessada pela construção escrita. (MELO, 2003, p.120)

Joelmir Betting, grande nome do comentário econômico, e Paulo Francis, de assuntos internacionais, entram também para a TV, mas ainda extremamente ligados à estrutura dos textos escritos.

Foi no rádio que o comentário teve sua maior expressão no país. Mais dialogado, desprendido das construções formais, os comentaristas radiofônicos optaram por ampliar seu universo temático, fugindo das restrições na política *ou* economia *ou* esporte, “captando aquelas facetas da vida social que expressam as vicissitudes do cidadão comum: o custo de vida, os problemas de transporte e habitação, às questões ligadas à educação e saúde” (MELO, 2003, p.121), passando ao seu público a ideia de proximidade ao cotidiano das “pessoas reais”.

2.3. O quadro *Opinião* do SBT Brasil de 30 de maio de 2011

O quadro “Opinião” foi implantado no novo formato do SBT Brasil. Trata-se de um comentário tecido por Rachel Seherazade ou Joseval Peixoto acerca da temática de determinadas matérias, intercalando-as durante o noticiário. O que já representa uma posição arriscada no formato do SBT Brasil, pois, segundo José Marques de Melo, a



interpretação de fatos não deve adentrar nos limites do texto noticioso-informativo. Do contrário, a valoração toma ares de “verdade absoluta” inserida no fato, que supostamente deve conter as características da objetividade e da imparcialidade.

Analisemos adiante os três momentos do quadro, na edição do dia 30 de maio de 2011 do SBT Brasil.

A primeira reportagem diz respeito a relação que as pessoas têm com seus chefes. Logo na cabeça da matéria, Rachel Sheherazade lança a pergunta “Como é seu chefe?” em tom “descontraído”, como que conversando com o telespectador. Ao final da reportagem, no *Opinião* propriamente dito, Joseval comenta que, independentemente das características do seu chefe, ele é o “homem que conduz a vida”. Fecha o pensamento com uma frase que diz ser repetida pelo seu último chefe: “A vida é um pilão: quem tá em cima soca, quem tá embaixo se mexe”. Fica clara a ideologia da Disciplina, da Ordem para o Progresso, aclamada em organizações militares e na lógica burguesa, a que preza pela resignação dos “subordinados” assalariados.

Outra matéria dessa edição fala sobre o assassinato do quarto pequeno agricultor, dentro de uma semana, nas regiões próximas à Amazônia do Pará e de Rondônia, cometido por grileiros e madeireiros. Rachel Seherazade, no quadro *Opinião* referente à matéria, apresenta o semblante extremamente sério, como quem quer transmitir revolta e desapontamento, e é solene quando diz que a Amazônia “parece até terra de ninguém: sem polícia, sem lei e sem Justiça”. Mantém o tom levemente mais exasperado para afirmar que grileiros e madeireiros mandam na região florestal, acima de qualquer poder, e finaliza seu pensamento com uma indagação: “Quantos Chicos, Dorothys, Josés e Marias terão que ser sacrificados para que o Brasil, ‘deitado eternamente em berço esplêndido’, levante-se afinal e se dê ao menos o trabalho de preservar o que ganhou de graça da natureza?”. Usa de sutil ironia ao citar uma estrofe do hino nacional no contexto tenso e desequilibrado do tema da matéria.

Uma terceira matéria fala sobre a conexão de famílias inteiras às redes sociais. Seherazade, em *Opinião*, comenta que entende que o computador é uma “maravilhosa máquina moderna”, mas que não entende como é que tantas pessoas o preferem à “vida real”. A jornalista lança a seguinte frase dotada de grande apelo sentimental: “Não há *Facebook* no mundo capaz de reunir amigos de verdade; Encontros no *Skype* não substituem a vontade de abraçar, de beijar, de sentir, e mesmo o mais famoso dos perfis no *Twitter* pode esconder um grande solitário na vida real”. E arremata: “Conexão virtual é ótimo, mas não é tudo. É só um ‘algo mais’”. Observa-se aí o papel



representado pela comentarista de orientadora dos espectadores, valendo-se, para tanto, de princípios do senso comum, do ideário moralista da sociedade, que tende a simplificar questões (VIEIRA, p.07) que são, na realidade, bem mais densas, como, usando do exemplo da reportagem, a relação entre pais e filhos no contexto da pós-modernidade.

3. A emissora SBT e o Jornalismo

O Sistema Brasileiro de Televisão, mais conhecido como SBT, é uma emissora de televisão aberta fundada em 19 de agosto de 1981 pelo empresário e apresentador de TV, Sílvio Santos. A emissora entrou no ar com uma programação mais popular, baseada em filmes, em desenhos, em séries e nos programas de auditório de Sílvio Santos.

Segundo Ramos (2007), três telejornais da trajetória do SBT merecem destaque. Foram o TJ Brasil, com Boris Casoy, de 1988; Aqui, Agora, de 1991; e o Jornal do SBT, com Cynthia Bennini e Analice Nicolau, em 2003.

O TJ Brasil [...] legou um novo modelo de ancoragem, com Casoy. Ele ampliou as práticas de ancorar, trazendo, para si, a incumbência do gênero opinativo [...] O Aqui, Agora surgiu em 1991, com uma identidade singular. Corria, em suas veias, a vocação sangüinária do sensacionalismo. [...] Já o Jornal do SBT Primeira Edição [...] resgatou as participantes da Casa dos Artistas 2, Cynthia Benini e Analice Nicolau, transformando-as em âncoras. A iniciativa, mesmo tendo uma alquimia criativa, procurava colar a linguagem do telejornalismo com a do reality show. Trazia uma novidade, com uma auto referência pretérita, apostando na interpelação imagética das personagens, procurando conceber uma singularidade discursiva (RAMOS, 2007, p. 1).

Como foi citado, a primeira experiência de valorização do jornalismo no SBT se dá com extinto TJ Brasil, que na primeira vez na televisão brasileira, incorporava a figura do âncora. Atualmente, o SBT vem se esforçando para conseguir fazer uma programação jornalística de boa qualidade, mas está com dificuldades.

4. SBT Brasil

O SBT Brasil é um telejornal noturno produzido e exibido pelo SBT. Ele estreou em 30 de maio de 2005, com Ana Paula Padrão, quando Sílvio Santos resolveu investir no telejornalismo da emissora. Segundo a jornalista, em entrevista concedida à Folha de São Paulo, em 2005, a intenção do telejornal era reformular a linguagem telejornalística



de modo a aproximar mais o telespectador do repórter. O programa se manteve aproximadamente um ano e meio nesse formato.

Com a saída da jornalista Ana Paula Padrão, que passa a comandar o SBT Realidade, o telejornal é comandado por Carlos Nascimento e Juliana Alvim. Porém, foi por um curto período de tempo. Juliana voltou para Brasília e logo, Carlos Nascimento passou a apresentar o telejornal sozinho. Em 2007, Cynthia Benini passa a dividir a bancada com Carlos Nascimento, mas também foi por pouco tempo. A contratação da ex-participante da “Casa dos Artistas” não passava a proposta de seriedade lançada por Ana Paula Padrão, uma vez que já havia participado do “SBT Notícias Breves”, noticiário em que, juntamente com Analice Nicolau, abusava de cruzadas de pernas sensuais para garantir a atenção da audiência. Sendo assim, Cynthia saiu para apresentar o SBT Manchetes (também com Carlos Nascimento). No entanto, esse telejornal logo foi extinto e os apresentadores passaram a ancorar o Jornal do SBT. Em agosto de 2009, completando 4 anos, o SBT Brasil ganhou uma nova apresentadora, Karyn Bravo, que dividia a bancada com Carlos Nascimento. Em 2011, a emissora anunciou Rodolpho Gamberini e Cynthia Benini como apresentadores do novo formato do SBT Brasil, porém, voltou atrás e contratou Joseval Peixoto e Rachel Sheherazade, atuais apresentadores do telejornal.

Influenciado pela ânsia de resultados imediatos de audiência, de Sílvio Santos, o SBT Brasil sofreu diversas reformulações, tornando ainda mais difícil a aderência do público. Apesar da constância média do cenário e da vinheta, houve mudanças na linha editorial, na equipe de produção e nos apresentadores, o que dificulta o estabelecimento de uma identidade própria ao telejornal que deveria ser o “carro-chefe” da emissora.

4.1. Linha Editorial

Segundo o próprio site da emissora⁵, “liberdade editorial e credibilidade, fatores para o exercício de um jornalismo claro e transparente, são os alicerces que formam o compromisso do SBT com a notícia e a análise profunda dos fatos”.

O novo formato editorial do SBT Brasil, iniciada com o programa analisado neste artigo, busca mesclar a tradição e a credibilidade do jornalista Joseval Peixoto com a famosa opinião crítica de Raquel Sheherazade construindo um jornalismo de

⁵ Disponível em: <http://www.sbt.com.br/jornalismo/sbtbrasil/>



maneira responsável e independente. Essa é a proposta lançada pela emissora de Sílvio Santos na chamada de estreia⁶ do programa.

Para a direção desse novo formato, foi contratado o ex-coordenador de redação do “Fantástico”, programa jornalístico dominical exibido na Rede Globo, Alberto Villas. Com a função de diretor de jornalismo do SBT, Alberto Villas buscou investir em um formato diferenciado para o SBT Brasil, onde tentou reunir elementos do Fantástico, com a criatividade editorial na abordagem das pautas; do Jornal Hoje, com as pautas mais leves, exploradas de uma ótica diferenciada; do Jornal da Globo, com a opinião tratada pelos comentaristas e do Jornal Nacional, com a abordagem da factualidade presente em todo telejornal.

A nova linha editorial do SBT Brasil propõe um jornal mais comentado, mais dinâmico, mais popular, com mais interação entre os apresentadores e sem um formato fechado. Resume-se em uma linguagem mais informal e opinativa. Segundo Liechavicius (2008), “no modelo opinativo, também chamado de moderno, o apresentador, chamado de âncora, aparece como figura centralizadora que organiza os enunciados e expressa sua opinião” (LIECHAVICIUS, 2008, p. 15).

De forma inédita na televisão brasileira, o programa apresenta dois âncoras opinativos que, baseado na liberdade editorial proposta pela emissora, escolhem os temas que querem opinar e o que vão comentar. São três comentários para cada apresentador. O assunto é pautado conforme as reportagens que são apresentadas no programa do dia. Porém, no programa de estreia, analisado neste artigo, os apresentadores teceram seus comentários opinativos sobre duas matérias, cada. Raquel Sheherazade opinou sobre os assuntos abordados nas matérias “Famílias aderem às redes sociais” e “Governo cria grupo para investigar a ação de madeireiros”, e Joseval Peixoto opinou sobre os assuntos abordados nas matérias “Tipos de chefes” e “Tem início a construção do Itaquerão”. Além disso, os dois comentaram a maioria dos assuntos abordados no telejornal por meio das cabeças (introdução à matéria).

Os temas tratados pelo programa são comuns a todos os telejornais. Baseado em notícias factuais, trata dos fatos nacionais e internacionais mais repercutidos sobre política, economia, saúde, ciência, tecnologia, meio ambiente, esporte e entretenimento.

Outra proposta do SBT Brasil tida como mais um diferencial do programa é a abordagem mais didática dos assuntos tratados nas matérias. A intenção é facilitar mais

⁶ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=tjCx6q6va24>



a compreensão do telespectador. Uma das tentativas para essa abordagem é a criação do quadro “O que você tem a ver com isso?”, que explica certas situações citadas nos telejornais em que a população pouco entende a importância prática daquele assunto.

Além disso, segundo o site da emissora, as principais matérias apresentadas no dia são acompanhadas de informações complementares para o telespectador, procurando dar uma abordagem comportamental e de serviço, mostrando como aquilo afeta o cidadão. Segundo Alberto Villas, em entrevista concedida para o site UOL⁷:

As notícias do dia vão procurar sempre dar uma abordagem comportamental e de serviço, mostrando como aquilo afeta o cidadão. Se vamos falar sobre lixo, iremos mostrar como uma família acumula lixo numa semana e quais são as dicas para diminuir esse volume, em nome do planeta Terra (UOL, 2011).

Percebe-se a intenção do programa de inovar em novos conceitos para o telejornalismo brasileiro. Visa atingir, principalmente, a população de formação educacional média e baixa através de matérias didáticas, e conquistar uma maior proximidade da audiência em geral por meio das opiniões dos apresentadores, o que não vem dando muito certo, ao passo de que a audiência brasileira não está acostumada com um telejornal opinativo⁸.

4.2. Apresentadores e Linguagem

Joseval Peixoto nasceu no Rio de Janeiro. Iniciou a carreira de radialista na Rádio Clube Marconi, de Paraguaçu Paulista. Advogado e grande nome da rádio nacional, foi comentarista de telejornais no SBT até o ano de 2010. Atualmente, trabalha na rádio Jovem Pan como âncora do programa “Jornal da Manhã” e no SBT, como âncora do telejornal SBT Brasil.

Raquel Sheherazade nasceu em João Pessoa, na Paraíba. É jornalista há onze anos, e há oito, trabalhou na TV Tambaú, afiliada do SBT no estado da Paraíba. Ficou bastante conhecida após a repercussão na rede social *Twitter*⁹ de um vídeo¹⁰ postado no site de compartilhamento de vídeos *Youtube*, no dia 4 de março de 2011, em que profere duras críticas ao carnaval brasileiro no programa Tambaú Notícias, telejornal que apresentava. Seu nome ficou nos *Trending Topics* (lista dos assuntos mais falados) do

⁷Disponível em: <http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2011/05/25/sbt-brasil-ganha-novos-apresentadores-na-proxima-segunda.jhtm>

⁸ Disponível em: <http://ocanal.org/2011/09/23/sbt-brasil-registra-baixa-audiencia-nesta-sexta-2309/>

⁹ Disponível em: <http://twitter.com>

¹⁰ Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=oLmFOxsMbN4&feature=youtu.be>



Twitter e chamou a atenção de Sílvio Santos, que logo a contratou para ancorar o SBT Brasil, em São Paulo.

O vocabulário selecionado, mais coloquial e informal, mostra-se fácil de ser compreendido pelos telespectadores de escolaridade média que fazem parte da audiência. Através da conversação entre os apresentadores, percebe-se um modo de se expressar mais descontraído, que busca se envolver mais com o telespectador, o que passa a sensação de conteúdo legítimo e verdadeiro. Como a função de todo telejornal, apresenta indivisibilidade entre palavra e imagem, testemunhalidade, sintetização e objetividade. Além disso, o SBT Brasil, por meio de veiculação de notícias importantes do dia busca apresentar uma grande dose de didática e análise sobre os acontecimentos apresentados.

Há também a tentativa, por parte dos apresentadores, de ganharem proximidade com o público. Essa tentativa fica evidente no texto, com o uso de frases como “A gente volta já já, é rapidinho”, no final do bloco, e expressões como “bater um papo” e “deixar por dentro”. Em vários momentos, os apresentadores buscam falar diretamente ao telespectador, com o uso do termo “você”.

4.3. Aspectos técnicos

4.3.1. Cenário

O cenário do novo SBT Brasil, já pequeno, é montado em tons escuros de roxo e azul, assim como a bancada, o que reforça a ideia de um cenário apertado e “claustrofóbico”. Essa impressão também é reforçada pela falta da redação, muito comum em outros telejornais e que ajuda a expandir o cenário. As luzes atrás dos apresentadores são uma tentativa de passar a impressão de que o cenário é maior do que realmente é.

Logo no começo da edição analisada, de 30 de maio de 2011, a primeira do novo formato do programa, é possível perceber um vulto passando por trás da tela transparente do cenário. Um erro simples, que, apesar de rápido e difícil de perceber à primeira vista, mostra descuido da produção do programa.

A bancada dos apresentadores tem formato circular, o que o diferencia de outros telejornais com bancadas mais estreitas, como o Jornal Nacional. Esse formato circular passa a impressão de que os apresentadores estão mais distantes. Além do logo da

emissora, a bancada ainda tem uma parte espelhada, que reflete parte da cabeça de Rachel Sheherazade.



Ilustração 1: Cenário do SBT Brasil em 30 de maio de 2011.

O cenário possui um telão posicionado verticalmente atrás de cada apresentador. O recurso é pouco e mal utilizado, porém. Na edição analisada, foram apenas duas vezes. Na nota coberta “Dilma vai ao Uruguai e assina 16 acordos de cooperação”, o telão mostra uma foto da presidente enquanto Raquel Sheherazade lê a cabeça da matéria. Já na nota coberta sobre os gols da segunda rodada do campeonato brasileiro, lida por Joseval Peixoto, o que aparece é uma arte de uma bola em um campo de futebol.

Nas edições mais recentes, o cenário foi modificado. As cores utilizadas e a bancada circular, ainda com a parte espelhada refletindo os apresentadores, permanecem. Há a presença da redação no fundo e o uso de mais telões no cenário.

4.3.2. Formato

O programa é dividido em três blocos. A edição de 30 de maio é composta por 17 matérias, entre reportagens, notas cobertas¹¹ e notas peladas¹². A escalada – manchetes lidas pelos apresentadores no início do jornal – é acompanhada por partes da matéria.

As matérias têm duração máxima de três minutos. Quatro delas são acompanhadas por comentários feitos pelos apresentadores. Nas edições mais recentes, o caráter opinativo dos comentários é marcado pelo uso da palavra “Opinião”, que aparece na tela durante a fala do apresentador. Esse recurso, porém, não está presente na edição analisada. Os duram de 30 a 40 segundos.

¹¹ Nota cuja cabeça é lida pelo apresentador e o texto seguinte é coberto por imagens.

¹² Nota lida pelo apresentador sem o apoio de imagens.

4.3.3. Enquadramento de câmera

O plano próximo, quando o apresentador é enquadrado dos ombros para cima, é utilizado na escalada. Os comentários e as leituras de nota coberta e nota pelada são feitas em plano médio.

O movimento de *travelling* é utilizado no início e no fim dos blocos, se aproximando e se afastando dos apresentadores, respectivamente. Em alguns momentos, é possível perceber que o recurso foi mal executado, já que a câmera treme e parece não ser firme.

4.3.4. Recursos visuais computadorizados

Para facilitar o entendimento dos telespectadores, principalmente em matérias sobre assuntos de difícil compreensão – como a inflação, que é motivo de duas matérias nessa edição do programa¹³ –, o SBT Brasil utiliza alguns recursos de ilustração computadorizada. Esses recursos servem para reforçar visualmente a informação dada pelo repórter, geralmente numérica, e tornam a reportagem mais dinâmica e com conteúdo acessível a todos os públicos.

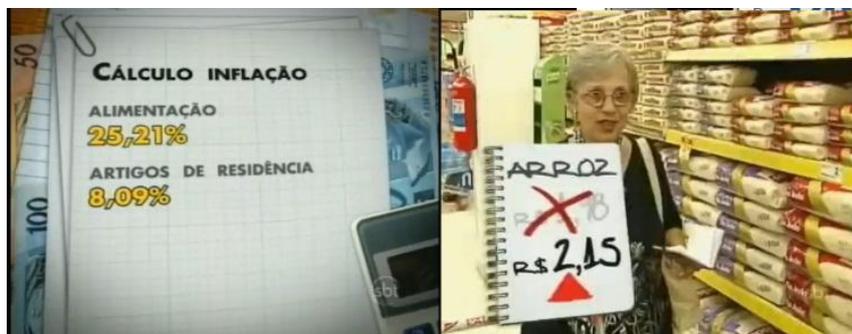


Ilustração 2: Arte em duas matérias diferentes sobre inflação.

Esses recursos também são utilizados como imagem de cobertura para a nota pé, lida pelo apresentador no final da matéria, com informações complementares ao assunto. São artes utilizadas na tentativa de deixar o jornal mais dinâmico e “engraçado”, mas que não atingem esse objetivo e acabam ficando isoladas, não se encaixando no restante do jornal. As ilustrações são baseadas no tema da matéria.

¹³ Disponível em:

<http://www.sbt.com.br/jornalismo/noticias/?c=5677&t=Entenda+como+e+calculada+a+inflacao> e em <http://www.sbt.com.br/jornalismo/noticias/?c=5678&t=Inflacao+volta+a+atingir+os+consumidores+nos+supermercados>



Ilustração 3: Arte na nota pé de matéria sobre inseminação artificial

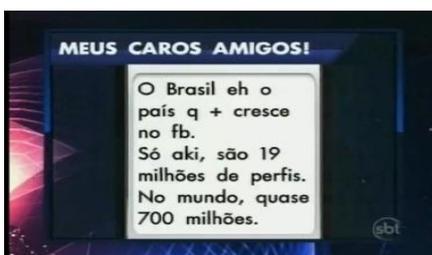


Ilustração 4: Arte na nota pé de matéria sobre redes sociais

As ilustrações computadorizadas também aparecem na forma de mapas em duas das matérias da edição analisada. Esse tipo de recurso ajuda o telespectador a localizar e medir a distância entre as cidades que aparecem na matéria. Outra arte que aparece nessa edição é a ampulheta de contagem regressiva para a Copa do Mundo do Brasil, em 2014, que se repete em todas as matérias sobre a Copa veiculadas no telejornal.

Na matéria “Famílias aderem às redes sociais”, há um gráfico elaborado mostrando a planta da casa e bonecos que representam os moradores. Em uma outra matéria, “Bistrôs ambulantes viram febre em Nova York”¹⁴, o recurso é mais simples, um cardápio que mostra fotos dos alimentos que podem ser comprados nos carrinhos ambulantes pela cidade.

5. Considerações Finais

No artigo, por meio de estudos sobre a abordagem histórica do jornalismo no SBT e do telejornal SBT Brasil, pode-se analisar diversos elementos linguísticos e técnicos utilizados no programa, dentre eles, o novo conceito da linha editorial e da linguagem, o formato, os recursos visuais, a estrutura das matérias e o modo como os temas são abordados.

O elemento principal de análise é o novo modelo opinativo abordado no telejornal, em que é possível observar o vazio em que um comentário sem fundamentos específicos pode cair. Joseval Peixoto e Rachel Sheherazade, nem sempre munidos de

¹⁴ Disponível em

<http://www.sbt.com.br/jornalismo/noticias/?c=5680&t=Bistros+ambulantes+viram+febre+em+Nova+York>



uma bagagem de conhecimento acerca do assunto que vão tratar, tendem a usar de frases feitas e conceitos plásticos.

Por meio dessa análise, pode-se comprovar falhas na tentativa do programa de estabelecer uma linha editorial que explora a opinião dos âncoras sobre os assuntos tratados no programa do dia e na tentativa de produzir matérias mais didáticas a fim de atingir um público-alvo de formação educacional média e baixa.

Referências bibliográficas

BELTRÃO, Luiz. *Jornalismo Opinativo*. 1980, p.14. apud. VIEIRA, Toni André Scharlau. **O Espaço Opinativo na Televisão Brasileira**. Disponível em: <<http://bocc.unisinos.br/pag/vieira-scharlau-espaco-opinativo.pdf>>. Acesso em: 22/09/2011

CAMPELLO, Alexandre. **Da proposta de marketing ao produto final**: uma reflexão sobre o telejornal SBT Brasil. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/index.php/mediacao/article/view/253/250>>. Acesso em: 24/09/2011.

LIECHAVICIUS, Cláudia. **Análise de discurso da linguagem verbal e não-verbal utilizada no telejornalismo**: um estudo de caso do Jornal da Band, Jornal Nacional, Jornal da Record e SBT Brasil. Disponível em: <<http://www.epublicacoes.com.br/index.php/PROJETOSEXPERIMENTAIS/article/view/86/5>>. Acesso em: 24/09/2011.

Manual de redação em telejornalismo: glossário. Disponível em: <<http://jornal.metodista.br/tele/manual/glossario.htm>> Acesso em 24/09/2011.
MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

O Canal. Disponível em: Disponível em: <<http://ocanal.org/2011/09/23/sbt-brasil-registra-baixa-audiencia-nesta-sexta-2309/>>. Acesso em: 24/09/2011.

Planos de enquadramento Disponível em: <<http://d1tempo.com/wiki/index.php?title=Plano>> Acesso em 25/09/2011.

Portal Imprensa. Disponível em: <http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2011/03/22/imprensa41164.shtml>. Acesso em: 24/09/2011.

RAMOS, Roberto. **Âncora**: algumas práticas semiológicas. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3419/2682>>. Acesso em: 24/09/2011.

SBT – SBT Brasil. Disponível em: <<http://www.sbt.com.br/jornalismo/sbtbrasil/>>. Acesso em: 24/09/2011.

SBT Pedia. Disponível em: <<http://sbtpedia.blogspot.com/2011/08/entrevista-sbtpedia-rachel-sheherazade.html>>. Acesso em: 24/09/2011.

SBT Pedia. Disponível em: <<http://sbtpedia.blogspot.com/2011/06/opiniao-novo-sbt-brasil-choca-ao.html>>. Acesso em: 24/09/2011.



UOL. Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2011/05/25/sbt-brasil-ganha-novos-apresentadores-na-proxima-segunda.jhtm>>. Acesso em: 24/09/2011.

VIEIRA, Toni André Scharlau. **O Espaço Opinativo na Televisão Brasileira**. Disponível em: <<http://bocc.unisinos.br/pag/vieira-scharlau-espaco-opinativo.pdf>>. Acesso em: 22/09/2011

YouTube. Disponível em:
<<http://www.youtube.com/watch?v=oLmFQxsMbN4&feature=youtu.be>>. Acesso em:
24/09/2011

YouTube. Disponível em: Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=tjCx6q6va24>>. Acesso em: 24/09/2011