

Desfile da Beija-Flor em 2024: Uma Análise da Cobertura Televisiva pela TV Globo¹

Eduardo COSTA²
Vinícius OLIVEIRA³
Fernanda SPÍNOLA⁴

Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

RESUMO

O artigo propõe uma análise crítica da transmissão televisiva realizada pela TV Globo durante o desfile das escolas de samba de 2024, no Rio de Janeiro. Para contextualizar a análise, o texto discorre sobre a trajetória histórica da relação entre o carnaval e o jornalismo, destacando a importância dessa interação ao longo dos anos. Posteriormente, o artigo investiga a atual precarização do jornalismo, especialmente evidenciada pela participação de influenciadores digitais como jornalistas na cobertura do desfile das escolas de samba de 2024. Logo, surge a necessidade de discutir sobre como transmissões como essa refletem o presente cenário do jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: Carnaval; televisão; Jornalismo; entretenimento; influenciadores no jornalismo.

INTRODUÇÃO

Os desfiles das escolas de samba se tornaram um marco cultural no carnaval brasileiro. Nesse contexto, a transmissão televisiva dos desfiles desempenha um papel crucial na disseminação dessa manifestação cultural. Em 2024, a transmissão feita pela TV Globo gerou uma série de comentários e discussões sobre a precarização do jornalismo na emissora. A problemática em questão consiste na análise crítica da cobertura televisiva do desfile da escola de samba Beija-Flor durante o Carnaval de 2024 pela TV Globo, que gerou uma série de críticas e insatisfações por parte do

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (Estudos de Televisão e Televisualidades), evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe - UFS, email: eduardocostaandrade98@gmail.com

³ Professor do Curso de Jornalismo Universidade Federal de Sergipe - UFS, email: voliveira96@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe - UFS, email: fernanda.spinola.almeida@gmail.com

público nas redes sociais. Essa análise se faz relevante não apenas pela repercussão do evento em si, mas também pela reflexão sobre a qualidade e os rumos do jornalismo televisivo, com o objetivo de investigar os principais aspectos que influenciaram na má repercussão da cobertura, em especial, a ausência de repórteres especializados e a substituição por influenciadores digitais.

METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada por meio de uma abordagem qualitativa, analisando a transmissão do desfile da Beija-Flor no YouTube. Importante destacar que, após muitas críticas, a TV Globo não utilizou a versão original da transmissão em sua plataforma de stream, Globoplay, colocando assim uma versão editada, sem os “repórteres amadores” e corrigindo alguns erros apontados. Além disso, foi feita uma pesquisa documental, embasada em teorias relacionadas à relação entre jornalismo e o Carnaval, sendo consultadas fontes bibliográficas e documentais relevantes sobre o tema. Também foram explorados conceitos como espetacularização do Carnaval, precarização do jornalismo e a importância da formação acadêmica para ser jornalista.

O estudo do conhecimento nas notícias é vital para o entendimento de muitos aspectos fundamentais da produção e compreensão noticiosa. (...) os jornalistas dificilmente podem produzir notícias sem algum tipo de conhecimento “do mundo”, e especialmente de novo conhecimento do mundo. Esta consideração bastante óbvia, no entanto, levanta muitas questões complexas. (Van Dijk, 2005, p.14)

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Desde a popularização do carnaval, os jornais passaram a tratar o evento não apenas como um produto cultural, mas também um produto de massa, midiático e padronizado. Com a chegada da televisão e o barateamento da mesma na década de 1950, a espetacularização desse evento ficou cada vez maior e mais nítida, visto que era possível visualizar os desfiles das escolas de samba, diferente do rádio ou do jornal, no qual as informações eram narradas e noticiadas de forma escrita e sonora.

A TV Tupi, por exemplo, foi uma das pioneiras ao trazer a cobertura jornalística televisiva no Rio de Janeiro. Após a chegada da TV Continental, as coberturas se tornaram mais diversificadas, com reportagens internas que antes não eram vistas, jogos de câmera em diferentes ângulos e uma nova linguagem para esse público, mais leve e

com bordões. Ademais, os noticiários passam a ceder um espaço na programação especificamente para conteúdos carnavalescos. Sendo assim, a tv trouxe uma nova perspectiva, tanto para o carnaval, quanto especificamente para as escolas de samba, mostrando que a transmissão ajudou a inserir o evento como um espetáculo nacionalmente conhecido. Machado (s.d.) explica como a tv se inseriu nesse meio de registro visual dos acontecimentos.

A partir da televisão (como já acontecia com o rádio, no plano da transmissão sonora), o registro de um espetáculo, a sua edição e a sua visualização por parte da comunidade de espectadores podem se dar simultaneamente e é esse justamente o traço distintivo da transmissão direta: a recepção, por parte de espectadores situados em lugares distantes, de eventos que estão acontecendo em outros lugares e nesse mesmo instante. (Machado, s.d.)

Dez anos depois, em 1960, a TV Continental realizou a primeira transmissão contendo flashes dos desfiles de escolas de samba, utilizando-se de novos elementos visuais para atrair o espectador. Porém, com o domínio das emissoras, em 1964, ficou acordado que quem passaria a ter os direitos de imagens do carnaval seriam a TV Tupi, TV Rio, TV Continental e TV Excelsior que utilizavam de vários recursos para se sobressair uma da outra. Já em 1965, a TV Globo adentra o mercado trazendo seu diferencial nas reportagens sobre o assunto: reportagens dos bastidores. Dessa forma, um outro lado do carnaval o qual não era falado, foi trazido como um novo produto.

Com a construção do Sambódromo no Rio de Janeiro e a popularização da TV colorida entre os anos de 1970 e 1980, a cobertura do carnaval, em específico das escolas de samba, tornou-se regular a ponto das próprias emissoras escolherem um horário específico para o desfile e, conseqüentemente, a cobertura. Além disso, as escolas de samba também se adaptaram a midiaticização na televisão, isso porque agora, as cores também eram um fator importante na apresentação para o telespectador, rompendo com a tradição de limitar-se às cores da escola. A partir desse ponto, as escolas se dedicaram à criação e construção de um espetáculo não apenas para aqueles que estavam no Sambódromo, mas também para quem acompanhava pela TV.

A história entre Carnaval e Televisão sempre configurou uma relação muito singular não só nas formas de transmissão, mas também nas abordagens dos temas e nas narrativas utilizadas para o espetáculo. Em específico, a TV Globo construiu um calendário para a sua programação com tempos determinados de exibição dos conteúdos e, nos últimos vinte anos, o monopólio da exibição dos desfiles. O

“maior espetáculo da Terra” se tornou um produto midiático, vendido a mais de 180 países pelo mundo. (Cabral Filho; Grimião, 2022, p.1)

Ao longo dos anos, as transmissões do carnaval passaram a ser realizadas apenas pela TV Globo e pela, hoje extinta, Rede Manchete. Atualmente, a TV Globo tem um monopólio no direito de imagens dos desfiles das escolas de samba. De acordo com Ramos (2013), a Rede Globo molda o espetáculo como o convém, utilizando boas imagens. Porém, algumas emissoras como a Band, ainda fazem a cobertura nos bastidores. É inevitável falar que a cobertura do carnaval, em especial das escolas de samba, tornaram-se algo comercial, não mais apenas cultural. Mcquail (2003), aponta que “o jornal de massas tem sido chamado de comercial por duas razões principais: é feito para o lucro por interesses monopolistas e é em grande medida dependente de publicidade (o que tornou possível e vantajoso desenvolver uma audiência de massa)”. Dessa forma, muito se questiona se os desfiles viraram um produto televisivo que visa apenas o aumento da audiência ou se é a visibilidade de um produto cultural.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

No ano de 2024, durante a última transmissão da TV Globo dos desfiles das escolas de samba do Rio de Janeiro, a TV Globo optou por substituir os jornalistas tradicionalmente conhecidos pela casa para fazer esse tipo de cobertura por influenciadores digitais, sob a premissa de que o entretenimento deveria predominar sobre a informação. Contudo, essa escolha resultou em uma cobertura de baixa qualidade, marcada por erros amadores, como a perda da transmissão da comissão de frente da Beija-Flor, a falta de informação durante a cobertura e um jogo de câmera que, muitas vezes, não condizia com a narração. Além disso, a transmissão foi prejudicada por entrevistadores despreparados e desinformados, assim como pela falta de detalhes essenciais sobre os desfiles⁵. O público, que acompanhou os desfiles pela televisão aberta, expressou sua insatisfação nas redes sociais, apontando as falhas na transmissão.

Ao abrir mão dos repórteres especializados, a emissora responsável pela cobertura dos desfiles deixou os espectadores sem acesso a informações cruciais sobre o

⁵ A deficiência informativa gerou uma tempestade de críticas na internet, com um coro crescente de usuários pedindo o retorno da cobertura jornalística tradicional. Os internautas expressaram descontentamento com a superficialidade da transmissão, apontando a incapacidade dos influencers de entender, e muito menos explicar, os enredos complexos e as temáticas abordadas pelas escolas de samba. (Xavier, 2024)

evento. O jornalismo sempre viveu numa constante mudança para se adequar a aos novos tempos. Porém, a prática jornalística encontra-se em um impasse perante a precarização da profissão. Devido a ideia de que o jornalismo se tornou uma forma de liberdade de expressão, podendo ser feito por todos, a veracidade e ética são elementos imprevisíveis aos se falar dos novos repórteres amadores. Esse cenário atual evidencia a precarização da jornada de trabalho do jornalista com cortes, reestruturação de equipes e produtos, jornadas excessivas, acúmulo de funções e baixos salários, dentre outros. Segundo Brito (apud Guerra e Barreto, 2013), a produção do jornalismo de qualidade sempre foi uma atividade cara, mas mesmo assim, necessária.

Mais do que nunca, é preciso preservar o valor da informação de qualidade, aquela que faz o filtro em meio à multiplicidade caótica de informações, aquela que fideliza o leitor.(...) Em suma: vivemos um momento especial, histórico, em que paradigmas estão mudando. Não muda, no entanto, a necessidade das sociedades de terem informações, opiniões, e jornalismo de qualidade. (Brito apud Guerra; Barreto, 2013, p. 53)

A ideia de que o repórter amador pode fazer qualquer tipo de jornalismo, conseqüentemente, aumentou a precarização na área. Sendo assim, diferente de um jornalista diplomado que aprende e entende os critérios de noticiabilidade, o repórter amador tende a estabelecer os seus próprios critérios, uma vez que ele não conhece os conceitos básicos do jornalismo. Dessa forma, o repórter amador opta por relatar acontecimentos conforme a visão do senso comum, ou seja, sem priorizar um afastamento do sujeito para encarar a realidade. O fato é que, como Valente (2023) argumenta, “a critério das empresas, qualquer pessoa, mesmo sem letramento, pode ser contratada como jornalista. Às vezes, sequer o diploma do curso fundamental é necessário”.

A decisão de privilegiar o entretenimento em detrimento da qualidade informativa foi motivada pelo desejo de aumentar o apelo junto ao mercado publicitário e reduzir custos. No entanto, essa medida resultou em uma queda significativa na qualidade da transmissão, prejudicando a experiência do público e comprometendo a integridade jornalística do evento.

O apresentador distribui os tempos de palavra, distribui o tom da palavra, respeitoso ou desdenhoso, atencioso ou impaciente. Por exemplo, há uma maneira de fazer “pois sim, pois sim, pois sim...”

que apressa, que faz o interlocutor sentir a impaciência ou a indiferença. (Bourdieu, 1997, p. 45)

Cabe pontuar que durante o desfile da Beija-Flor, alguns elementos cruciais que afetaram diretamente a qualidade da transmissão foram identificados na análise. Um desses pontos foi o atraso significativo de cerca de 20 minutos na transmissão do desfile da escola. Esse atraso impactou diretamente na experiência de quem assistia de casa, uma vez que impossibilitou a visualização adequada da comissão de frente da Beija-flor, privando o público de uma parte essencial do desfile da escola. Além disso, a ausência de repórteres na avenida, substituídos por influenciadores digitais, comprometeu a qualidade das entrevistas, falhando em transmitir informações relevantes e importantes de maneira adequada, prejudicando ainda mais a experiência do público durante a transmissão.

CONCLUSÃO

A precarização do jornalismo, evidenciada, principalmente, pela substituição de profissionais por amadores, reflete um cenário preocupante na profissão, com cortes, reestruturação de equipes e produtos, além de jornadas excessivas e baixos salários. A falta de ética e veracidade nos conteúdos veiculados por influenciadores digitais pode comprometer a qualidade da informação jornalística, exacerbando a espetacularização e mercantilização do carnaval e outros eventos culturais.

Espera-se então que o artigo possa contribuir para uma reflexão crítica sobre os rumos do jornalismo atual, no qual todos podem exercer a profissão, e os impactos da precarização jornalística, principalmente na cobertura de grande relevância, como o Carnaval. Para mais, os resultados obtidos poderão fornecer subsídios para o debate sobre a necessidade de preservação dos padrões éticos e de qualidade na produção e veiculação da informação jornalística em meio às transformações tecnológicas e midiáticas.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**: seguido de a Influência do jornalismo e os Jogos Olímpicos. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997.

CABRAL FILHO, Adilson Vaz; GRIMIÃO, Carolina Cardoso. **Escolas de samba, cultura e comunidade**: A comunicação alternativa nos espaços do Carnaval. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom Nordeste, UFPB, João Pessoa/PB, 5 a 9 set. 2022.

GUERRA, Josenildo Luiz; BARRETO, Nara. **Qualidade em Jornalismo: metodologia para avaliação do requisito relevância**. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM JORNALISMO (SBPJOR), v. 11, p. 1-21, 2013.

MACHADO, Arlindo. Modos de pensar a televisão. **Cult**, São Paulo. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/modos-de-pensar-a-televisao/>. Acesso em: 12 mar 2024.

MCQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

RAMOS, André Mariz. **Cobertura jornalística do carnaval**: panorama da abordagem do desfile das escolas de samba em diferentes épocas e veículos. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, VI**: porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2005.

VAN DIJK, Teun A. **Notícias e conhecimento**. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia – v. II, nº 2, 2º Semestre de 2005 – Revista Acadêmica Semestral – Programa de Pós-Graduação em Jornalismo e Mídia da Universidade Federal de Santa Catarina.

XAVIER, Liniker. Jornalismo, a ausência que roubou a cena no Carnaval da Globo. **Carta Capital**, 15 fev. 2024. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/midiatico/jornalismo-a-ausencia-que-roubou-a-cena-no-carnaval-da-globo/>. Acesso em: 12 mar 2024.