

Da prototransmissão à era multiplataforma: fases das transmissões televisivas dos desfiles das escolas de samba do Rio de Janeiro

Rafael Otávio Dias Rezende

Marco Aurélio Reis



Introdução

O artigo propõe uma análise histórica, estética e midiática das fases de transmissão dos desfiles do Grupo Especial das escolas de samba do Rio de Janeiro, desde as primeiras coberturas experimentais, ainda em moldes televisivos incipientes, até a era do consumo digital multiplataforma. A investigação se organiza em cinco fases:

- 1) *Prototransmissão*
- 2) *Variedade narrativa*
- 3) *Transmissão institucionalizada*
- 4) *Fragmentação digital*
- 5) *Convergência expandida*



- ❖ Considerando a relação simbiótica e produtiva entre televisão e escolas de samba, o estudo realiza uma análise filmica e discursiva que destaca o papel da câmera, da locução, do corte e das interações nas redes, usando a metodologia da materialidade audiovisual (Coutinho & Andrade, 2022).
- ❖ Investiga, com isso, a transformação dos modos de endereçamento ao público, dos enquadramentos ideológicos e da própria percepção do desfile como espetáculo.
- ❖ Como resultado, espera-se contribuir para a compreensão da evolução técnica e simbólica do desfile como produto midiático e território de disputa narrativa e política no campo audiovisual brasileiro.

1. Prototransmissão

- ❖ As primeiras imagens captadas ou encenadas para o meio televisivo ocorreram a partir de 1955.
- ❖ Em 1960, além da TV Tupi, a TV Rio e a TV Continental também realizaram a cobertura, sendo que a última já utilizava o recurso do videotape (VT).
- ❖ A primeira exibição a cores da festa ocorreu no carnaval de 1973.



Recorte do Diário da Noite, de 20 de fevereiro de 1955, indicando a programação da TV Tupi, com aquela que possivelmente é a primeira transmissão televisiva dos desfiles de escolas de samba.

2. Variedade narrativa

- ❖ Ao longo das décadas, diversas emissoras disputaram a atenção do público ao exibirem o evento simultaneamente, tais como Tupi, Globo, TVE, Manchete e Bandeirantes.
 - ❖ A concorrência entre as empresas para fidelizar o telespectador promovia uma corrida pela ampliação da qualidade.
- ❖ O progressivo avanço tecnológico e o amadurecimento no formato de cobertura telejornalística também foram fatores preponderantes para que os desfiles se consolidassem como um programa televisivo.
 - ❖ O formato consagrado deriva das transmissões esportivas, com a equipe sendo composta por: 1) um ou dois jornalistas como âncoras, geralmente com experiência em narrações esportivas; 2) um time de comentaristas, especialistas no assunto; 3) repórteres na pista para entrevistas e informações.

- ❖ A principal disputa pelo ibope no carnaval se deu entre Globo e Manchete, de meados dos anos 1980 a 1998.
- ❖ Em 1988, a Globo criou o conceito de transmissão "ala a ala", prometendo mostrar todos os detalhes da narrativa carnavalesca na sua ordem de apresentação.
- ❖ A Manchete optava por dedicar uma maior parte de sua programação ao carnaval, contando com comentaristas que realizavam opiniões de forma mais passional e sem receio de tecer críticas negativas.
- ❖ Já a Globo procurou preservar sua programação tradicional. A narração segue uma linha mais técnica, orientada pelo roteiro dos desfiles apresentado pelas escolas.



Duelo de logotipos entre Globo e Manchete em 1987.

3. Transmissão institucionalizada

- ❖ Em 2000, a Globo se firma como detentora dos direitos exclusivos do Grupo Especial do Rio de Janeiro.
- ❖ Com isso, a emissora ampliou sua influência sobre as escolas de samba. Além de ganhar maior poder de negociação de seus interesses, o telespectador passou a ter apenas uma possibilidade narrativa e estética de enxergar o espetáculo.
- ❖ Embora a equipe seja formada basicamente por jornalistas, o *Carnaval Globeleza* possui caráter prioritariamente de entretenimento, muitas vezes se assemelhando a um programa de auditório.

4. Fragmentação Digital



Estúdio Globeleza, no carnaval de 2011.

- ❖ Nos anos 2010, acontece a expansão para outros produtos do Grupo Globo (Globo Internacional, G1 e Globoplay). Inicia-se a era da *transmissão carnavalesca multiplataforma*, implicando em nova dinâmica na produção, no consumo e na abrangência da veiculação.
- ❖ Gradativamente, aumentou-se a interatividade com os telespectadores e internautas.
- ❖ Conectada aos debates sociais, a cobertura se tornou menos machista, assimilou as pautas do movimento negro e reduziu a invisibilidade da participação do público LGBTQIA+ no evento.

5. Convergência expandida



Grande Rio 2022 - Compacto filmado do setor 3

25 mil visualizações • há 3 anos



Walter Jr.

O samba-enredo da Grande Rio 2022 foi coroado o grande campeão do Carnaval da Marquês de Sapucaí, no Rio de Janeiro, ...

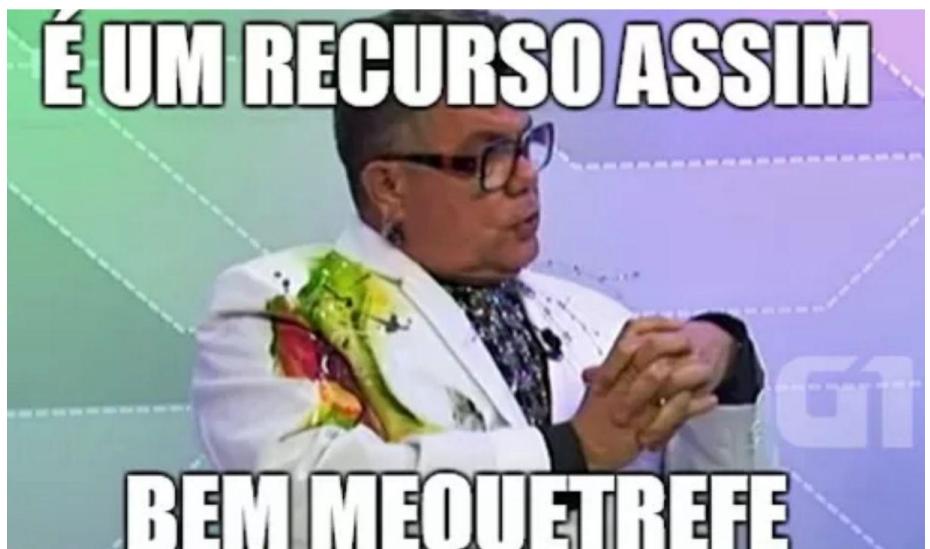
4K

Canal Walter Jr., no YouTube, apresenta vídeos produzidos pelo autor.

- ❖ O desenvolvimento de novos suportes midiáticos não reduziu a importância da produção de imagens ao vivo pela televisão. Pelo contrário, este conteúdo foi prolongado ao se conectar com o ambiente on-line. Porém, há uma redução do espaço ocupado pelo carnaval brasileiro na TV.

- ❖ Por outro lado, houve uma radical ampliação do conteúdo carnavalesco na internet, com o desenvolvimento de uma imprensa especializada, criação de espaços de discussão e troca de informações e espaços de memória. Ressalta-se, por exemplo, a iniciativa de foliões realizarem gravações na avenida, divulgando-as nas redes sociais. Essas filmagens, ainda que amadoras e direcionadas a um público infinitamente menor, permitem ao público um olhar diferenciado para o espetáculo.

- ❖ Antenada às novas dinâmicas do mercado, a Globo substituiu os jornalistas por influenciadores digitais nos *flashes* na cobertura de 2024. A medida resultou desastrosa, pois o despreparo do novo elenco gerou estranhamento e rejeição do público. A equipe de jornalistas retornou em 2025, enquanto se intensificou a participação de Milton Cunha para a produção de momentos de improviso e entretenimento, que irão gerar memes - uma estratégia para o impulsionamento do Carnaval *Globeleza* nas redes sociais.
- ❖ Tornou-se comum o hábito do telespectador que, enquanto acompanha a transmissão global, também acessa informações e imagens com o celular, tablet ou notebook nas mãos: o chamado *consumo em múltiplas telas*.
- ❖ Também o público presente no sambódromo carioca troca experiências, investiga notícias e acessa coberturas televisivas ou de rádios *on-line* por meio de seus aparelhos. Assim, a vivência *in loco* do espetáculo parece não ser mais o suficiente para a sua total apreensão.



Portal G1 transformando em meme uma frase proferida por Milton Cunha na transmissão de 2015.

Considerações finais

- ❖ Hoje, podemos afirmar que a experiência da transmissão dos desfiles está mais difusa e dinâmica, perpassada pelo consumo em múltiplas telas e multiplataforma.
- ❖ Entretanto, o direito à cobertura profissional e ao vivo continua pertencendo exclusivamente ao Grupo Globo, fazendo com a empresa siga tendo uma atuação relevante neste cenário.
- ❖ Além do retorno financeiro ocorrido pela venda das cotas publicitárias, a emissora se beneficia ao atrelar sua imagem a um evento consagrado como pertencente à identidade nacional.



Características gerais da transmissão global

- 1) A partir de 1994, adoção de uma dupla de jornalistas - homem e mulher - como âncoras.
- 2) Uma equipe de jornalistas para *flashes*.
- 3) Valorização do aparato tecnológico, que pretende levar ao telespectador uma visão privilegiada dos desfiles.
- 4) Promessa de narração do desfile "ala a ala", iniciada entre a linha de meio da pista e o segundo recuo da bateria, ainda que nem todos os elementos sejam de fato mostrados e explicados ao público.
- 5) Exibição da letra do samba, do tempo de desfile e da ficha técnica de cada escola.
- 6) Inserção dos patrocinadores em vinhetas, telões e efeitos computadorizados, integrando-os às imagens das apresentações.
- 7) Busca dos comentaristas por uma postura imparcial, positiva e pouco emocional, evitando críticas negativas.
- 8) Orientação da transmissão pela leitura do roteiro que as escolas encaminham à imprensa e informações adquiridas nas visitas aos barracões.



- ❖ A trajetória das transmissões do carnaval carioca revela muito mais do que uma simples evolução tecnológica. Ela narra um processo contínuo de midiatisação no qual a televisão, e posteriormente as plataformas digitais, deixaram de ser meras retransmissoras para se tornarem coautoras e corresponsáveis pelo espetáculo.
- ❖ O desfile que se consagrou na cultura nacional é, portanto, inseparável das lentes, dos cortes e das narrativas que o constroem para as telas.
- ❖ Entender o carnaval como produto midiático é essencial para decifrar não apenas suas transformações estéticas e estruturais, mas também seu lugar como um território dinâmico de disputas simbólicas, negociações de identidade e reflexo das próprias transformações da sociedade brasileira.



Obrigado!

Rafael Otávio Dias Rezende

Mestre em Comunicação.

Doutorando em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora.

Membro do grupo de pesquisa Narrativas Midiáticas e Dialogias (Namídia) / CNPq.

rafaelodr@yahoo.com.br

Marco Aurélio Reis

Doutor em Letras.

Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Vice-coordenador do grupo de pesquisa Narrativas Midiáticas e Dialogias (Namídia) / CNPq.

marco.aurelio.reis@educacao.mg.gov.br