

João Cotta/Divulgação TV Globo

Operação Salva Carnaval

Para evitar prejuízo, Globo tira jornalismo do Carnaval e faz 'junção' de esporte com a área de entretenimento, de Boninho

Por Gabriel Vaquer (Folhapress)

A Globo decidiu tirar sua área de jornalismo da produção da transmissão do Carnaval. O motivo é comercial. A partir de 2024, as áreas de esporte e entretenimento, com supervisão de J.B. de Oliveira, o Boninho, irão conduzir os trabalhos nos desfiles das escolas de samba.

Pelos princípios editoriais da Globo, jornalistas não podem fazer ações de merchandising ou comer-

ciais, seja na emissora ou fora dela. E ter a participação de jornalistas no comando da transmissão limitava as vendas publicitárias.

Nos últimos dois anos, a Globo teve prejuízo com as transmissões das escolas de samba, mesmo com a boa audiência dos desfiles, especialmente no Rio de Janeiro. Apenas a Ambev, dona da marca de cervejas Brahma, comprou cota de patrocínio.

A remuneração das escolas passa pelo faturamento. Além de uma cota fixa, existem bônus pagos pela Globo pela quantidade de arrecadação com os patrocinadores.



Boninho
comanda ação
da emissora
para viabilizar
comercialmente
a transmissão
do Carnaval do
Rio e de SP

ção com os patrocinadores.

A área esportiva da Globo é separada do jornalismo e profissionais como narradores e comentaristas podem fazer publicidade, mediante combinação e autorização prévia de executivos.

Por causa disto que Maju Coutinho, Aline Midlej e Rodrigo Bocardí saíram das transmissões para

este ano. No Rio, Karine Alves, ligada ao esporte, será parceira de Alex Escobar e Milton Cunha.

Em São Paulo, a Globo ainda define quem escalará. A maior preocupação é com um nome feminino. Na Globo, existe a interpretação que nenhum nome hoje tem identificação com o samba paulista tanto no entretenimento, como no

jornalismo.

Entre os homens, são dois estudados: o narrador Everaldo Marques e Thiago Oliveira, ex-âncora esportivo e hoje no É de Casa.

Para 2024, a Globo colocou a disposição do mercado quatro cotas de R\$ 23,8 milhões cada. Se vender todas, a emissora arrecadará R\$ 95,2 milhões.

Novas ideias para aquecer o Caldeirão

Mion se inspira em Gugu e fará game nas casas de anônimos

A Globo prepara novidades nem tão novas assim para o Caldeirão, apresentado nas tardes de sábado por Marcos Mion. A principal delas é uma espécie de releitura do Gugu na Minha Casa, um quadro clássico apresentado por Gugu Liberato (1959-2019) quando comandou o Domingo Legal, no SBT.

No novo quadro, descrito no pacote comercial do programa ao qual a reportagem teve acesso, Mion visita a casa de um telespectador que se inscreverá para participar do quadro através das plataformas digitais da Globo.

Mion vai até a casa do sorteado anônimo e realizada uma espécie de

Reprodução TV



Apesar das preocupações da Globo, Marcos Mion ainda é o líder de audiência nas tardes de sábado

sonho após cumprir alguns desafios, que serão estipulados na hora pelo apresentador. Um famoso também

pode chegar na casa da pessoa e ajudá-la a cumprir as missões.

Vale ressaltar que não é o primeiro clássico comandado por Gugu que Mion resgata na Globo. Fã confesso do apresentador e seu colega nos tempos de Record, Mion já resgatou a Prova do Bicho, outro quadro do auge do Domingo Legal.

Na Globo, ele chamou de Toque de Caixa. Na dinâmica, famosos eram convidados a colocar a mão em uma caixa sem saber o que havia dentro. Poderia ser um bicho ou um objeto qualquer. O quadro teve apenas uma temporada após ser criticado nas redes sociais.

O objetivo da Globo é tirar Marcos Mion do estúdio para tornar o seu programa menos cansativo. Outro quadro previsto para estreiar em 2025 é o Caldeirokê,

uma homenagem aos karaokês de todo o Brasil. Mion também fará entrevistas com famosos em suas residências.

Desde sua estreia na Globo, Mion tem visto uma queda sensível, mas visível, em sua audiência. Em 2021, quando estreou, o Caldeirão fechou com 12,7 pontos de média na Grande São Paulo (cada ponto equivale a 207 mil indivíduos).

Já em 2022, Mion caiu um décimo e obteve 12,6 pontos na capital paulista. Em 2023, a redução já é mais relevante e, até o momento, o apresentador tem 11,7 pontos de média.

Mesmo com os números, Mion segue líder de audiência com tranquilidade. Até agora, ele só perdeu o posto para finais de futebol mostradas pelo SBT esporadicamente no horário. (G. V.)