

Globo contesta Unisul e defende modelo

Quando anunciou o fim das atividades de sua equipe profissional de vôlei, a Unisul atribuiu à TV Globo a responsabilidade por esse fato. Por conta disso, a emissora resolveu se defender e divulgou um comunicado oficial nesta terça-feira para ratificar seu modelo comercial.

A principal justificativa da Unisul para criticar a TV Globo é que a emissora, que detém os direitos de transmissão da Superliga de vôlei, adota como procedimento não citar os nomes de empresas que patrocinam as equipes. Segundo a instituição de ensino, esse comportamento do parceiro de mídia dificulta acordos com novas marcas.

A Globo, entretanto, preferiu culpar a crise financeira internacional. No comunicado oficial, a emissora diz ser curioso que os times nunca tenham reclamado, mas mudaram de postura quando a recessão se instalou no globo.

Confira a íntegra da nota divulgada pela emissora:

Os critérios que orientam as decisões das equipes de jornalismo e de esportes da Globo, de citar e exibir marcas, atendem a uma finalidade: ajudar o público a reconhecer a existência de fronteiras entre editorial e comercial, além, é óbvio, de resguardar, legitimamente, o modelo de viabilização da TV aberta, cujo sustento deve advir exclusivamente da comercialização dos intervalos e de outros formatos comerciais.

Do ponto de vista editorial, a citação indiscriminada de marcas comerciais por parte de narradores, comentaristas e repórteres poderia induzir o público a erro de julgamento quanto a independência, isenção e integridade que estes profissionais obrigatoriamente devem manter com relação a equipes e eventos esportivos. Por isso, mesmo considerando que o mercado esportivo evoluiu muito nas últimas duas décadas, a TV Globo nunca abriu mão deste princípio editorial, sem, entretanto, deixar de cumprir o dever de informar.

A Globo considera que a visibilidade natural proporcionada aos patrocinadores de equipes e eventos, em transmissões e reportagens, por si só agrega valor às marcas e gera ganhos de imagem para as empresas investidoras no esporte, dado o imenso alcance de público da televisão aberta.

Além do propósito de apoiar o esporte, o expediente de utilizar marcas comerciais para dar nome às equipes e patrocinar ostensivamente projetos esportivos visa, evidentemente, à obtenção da chamada "mídia espontânea" - as empresas querem a citação gratuita das suas marcas, evitando adquirir espaço comercial para expor seus produtos ou serviços.

É curioso que, justamente no momento em que o mundo atravessa grave crise econômica, empresas aleguem que vão encerrar projetos esportivos porque suas marcas não são citadas. Ainda que estes projetos esportivos tenham recebido durante anos - às vezes décadas - o mesmo tratamento atual, o que prova terem sido vitoriosos e assegurado retorno para os patrocinadores que a eles se associaram.

A eventual frustração de empresas patrocinadoras por não terem conseguido, na Globo, a chamada "mídia espontânea", na intensidade pretendida, reforça nossa convicção quanto ao acerto de nossas políticas.

GLOBO contesta Unisul e defende modelo. **Máquina do Esporte**, 12 maio 2009. Disponível em: <www.maquinadoesporte.com.br>. Acesso em: 15 maio 2009.