



A Copa do Mundo de 2014 e o Valor-Notícia: um Chute nos “Fundilhos” da Imprensa Brasileira¹

Ary José ROCCO JUNIOR²

(Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo)

Wagner Barge BELMONTE³

(Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação)

Resumo

O discurso da imprensa está cada vez mais relacionado e condicionado ao consumo do esporte. O estudo da notícia é uma das maneiras de analisar as motivações econômico-ideológicas em atuação na mídia. O objetivo deste artigo é analisar a repercussão, nos dois principais veículos impressos de comunicação da cidade de São Paulo, da declaração feita pelo Secretário-Geral da FIFA, Jérôme Valcke, em março/2012, que afirmou que o Brasil merecia “um chute no traseiro pelo atraso nas obras da Copa do Mundo de 2014”. É nossa intenção demonstrar, através do conceito de “valores-notícia” (*news values*), dentro da Teoria do Jornalismo, que aspectos como notoriedade, interesse público e imprevisibilidade foram abandonados pela imprensa brasileira. Todos esses elementos, fundamentais na definição de uma pauta, foram deixados de lado. Em seu lugar, a polêmica, o consumo e a indignação nacionalista nortearam as pautas construídas. O objetivo da construção desse discurso é único: reafirmar a cultura do consumo do esporte e aumentar sua importância econômica.

Palavras-chave

Valor-notícia, Teoria do Jornalismo, jornalismo esportivo, Copa do Mundo e consumo.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

² Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), Mestre em Administração pela PUC/SP, Professor Doutor da Escola de Educação Física e Esporte da Universidade de São Paulo (EEFE/USP), Pró-Reitor de Graduação do Centro Universitário FECAP, Coordenador do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário Álvares Penteado (FECAP/SP) e Coordenador Adjunto dos Cursos de Comunicação Social da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM/SP).

³ Doutorando em Comunicação e Semiótica na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP), Mestre em Comunicação Social pela Faculdade Cásper Líbero (FACÁSPER/SP), Professor universitário da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM/SP) e da Universidade de Santo Amaro (UNISA/SP) e Editor do *BandNews TV*.



INTRODUÇÃO

O ano de 2009 foi histórico com a confirmação dos dois maiores eventos da indústria do esporte no Brasil: a Copa do Mundo de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016. O Brasil e a América do Sul nunca sediaram uma Olimpíada. A Copa do Mundo voltará ao País 64 anos depois do uruguaio Gighia calar o Maracanã. Quando o Brasil recebeu a Copa, o presidente era Eurico Gaspar Dutra e, exatamente naquele ano de 1950, a televisão começaria a fazer parte da vida dos brasileiros – ainda que de forma muito incipiente até o fim dos anos 1960.

A primeira edição de uma Copa do Mundo transmitida para oito países europeus foi exatamente a seguinte: a de 1954, realizada na Suíça. De lá para cá, a audiência televisiva cresceu exponencialmente e transformou a disputa do Mundial num produto, numa referência mesmo, quando o assunto é audiência televisiva. Em 2002, a final entre Brasil e Alemanha foi assistida por 1,1 bilhão de telespectadores. Em números de hoje, isso equivaleria dizer que uma em cada seis pessoas teria acompanhado aquele jogo. Em 2006, os 64 confrontos atraíram o equivalente a 32 bilhões de telespectadores, quatro vezes e meia a população atual da Terra.

Os números também ratificam que, mais que um evento esportivo, a Copa do Mundo é um negócio midiático inserido na indústria do entretenimento em escala global, com reflexos econômicos importantes.

No Brasil, um ano de Copa do Mundo, com a Seleção ganhando ou não, é um ano de aceleração de consumo. As pessoas realmente compram televisores para ver os jogos. Já fiz alguns estudos sobre a indústria de eletroeletrônicos e é impressionante como ela tem de corrigir os picos de vendas a cada quatro anos (RICARDO XAVIER, 2010)

A FIFA, promotora do evento, arrecadou US\$ 3,2 bilhões com a venda dos direitos de transmissão e de marketing da Copa de 2010, na África do Sul. Para o Brasil, a entidade aposta em ganhos ainda mais expressivos. Em matéria publicada na Folha de S.Paulo, de 31 de março de 2012, é possível constatar o que está em jogo.

A FIFA teve lucro de US\$ 482 milhões (R\$ 883 milhões) com a Copa-14 no ano passado, mostra relatório financeiro de 2011 divulgado ontem. (...) Sua receita total com o Mundial atingiu US\$ 910 milhões (R\$ 1,670 bilhão). Como de hábito, os maiores rendimentos foram obtidos com direitos de TV e marketing. (...) Houve um significativo incremento na renda total em relação ao primeiro ano do ciclo da Copa anterior, em 2010 (FOLHA DE S.PAULO, 2012).



Depois da Copa do Mundo, o segundo evento mais importante para a indústria do entretenimento são os Jogos Olímpicos. O Comitê Olímpico Internacional (COI), que organiza e promove uma Olimpíada, também apura resultados melhores na venda dos direitos de transmissão para TV dos Jogos Olímpicos de Inverno de 2010 e de Verão de 2012 pelo valor recorde de U\$ 3,8 bilhões, valor que representa um aumento de U\$ 1,2 bilhão de dólares em relação ao pacote para os Jogos de 2006 (Olimpíada de Inverno) e 2008 (Olimpíada de Verão). O COI espera superar este montante nos Jogos de 2014 (Inverno) e 2016.

Os dados reiteram a dimensão global que o esporte (e a cultura que o envolve) ocupa na indústria mundial de consumo. As grandes grifes de artigos esportivos, que vestem as principais seleções e clubes do futebol mundial, em especial os europeus, concentram as estratégias na “busca do torcedor internacional e na promoção de suas marcas” (REVISTA HSM MANAGEMENT, 2003, p.39). A crescente participação de empresas de comunicação e mídia no universo cultural do esporte, como elemento de consumo, como entretenimento e cultura, é um desdobramento natural e de certa forma previsível deste processo.

A imprensa escrita de São Paulo, tomados como parâmetros os dois principais diários da capital paulista - Folha de S. Paulo e o Estado de S. Paulo - tem relacionado o esporte à ideia de consumo. Ocasionalmente, assuntos relacionados desembarcam nos cadernos de economia e, quando o recorte é um escândalo, eles ganham as páginas de política, como no caso das denúncias contra os ministros do Esporte Agnelo Queiróz e Orlando Silva, nos últimos anos. O estudo da notícia é uma das formas para analisar as motivações econômico-ideológicas da mídia.

Essa ideia do consumo fica evidente, em especial nas Editorias de Esporte, na espetacularização do fato esportivo. Para estudar a espetacularização presente no jornalismo esportivo, iremos analisar a cobertura dada pelos dois principais jornais paulistas – Folha de S. Paulo e o Estado de S. Paulo – às críticas feitas pelo secretário-geral da FIFA, Jérôme Valcke, em março de 2012, aos atrasos das obras observados em diversas cidades do Brasil para a Copa do Mundo de 2014.

1. VALCKE E O “CHUTE NO TRASSEIRO”

A declaração do secretário-geral da FIFA, Jérôme Valcke, em 2 de março passado, quando afirmou que o Brasil merecia “um chute no traseiro pelo atraso nas



obras da Copa do Mundo de 2014”, parece estampar um caso em que a discussão do supérfluo – acompanhado pelo tom de insubordinação ideológica de um País emergente e de novelinha rasa do cotidiano – preponderou em relação à análise técnica, que poderia contribuir de forma mais efetiva para o entendimento da questão. O Brasil está mesmo atrasado ou Valcke exagerou?

O dirigente declarou à imprensa, na Inglaterra, que estava preocupado. Segundo ele, “a construção de estádios e a infraestrutura de transportes e hotéis para os torcedores está atrasada” (FOLHA.COM, 2012). Valcke foi pontual ao mencionar algumas das questões que o afligiam.

(O Brasil) não tem hotéis suficientes em todos os lugares. Há mais do que o suficiente em São Paulo e no Rio de Janeiro, mas, se você pensa em Manaus, é preciso ter mais”, disse. Sobre Salvador, ele opina que a cidade estaria pouco preparada para receber muitos torcedores. “A cidade é boa, mas (os trajetos) para ir ao estádio e toda a organização de transporte precisam melhorar.” (O ESTADO DE S.PAULO, 2012b).

O dirigente da FIFA afirmou também que “poucas coisas” estão funcionando e que o Brasil parecia mais preocupado em ganhar a Copa do que em organizá-la. “Eu não entendo por que as coisas não estão se movendo no Brasil. Os estádios não estão dentro dos cronogramas divulgados. Por que há tantas coisas atrasadas?” (O ESTADO DE S.PAULO, 2012b).

À imprensa internacional, que reverberou em segundos o seu discurso, fazendo-o cruzar o Atlântico quase na velocidade da luz, o gestor se disse ‘frustrado’ com o que chamou de ‘discussões infundáveis’ no Congresso sobre a Lei Geral da Copa⁴.

Representantes do governo brasileiro consideraram a declaração de Valcke uma “ofensa” e reagiram imediatamente. O Ministério do Esporte, sob suspeita de irregularidades nas gestões recentes – inclusive na administração de verbas e de contratos que envolvem a Copa de 2014 - agendou para 3 de março uma coletiva. Nela, o ministro Aldo Rebelo, até há pouco tempo envolvido com a relatoria do novo Código Florestal, tachado por parte da imprensa internacional, a européia em especial, como uma “anistia dos desmatadores” - “*El Parlamento de Brasil aprueba la amnistía para los destructores de la selva amazónica*” (EL PAÍS INTERNACIONAL, 2012) -

⁴Aprovada no final de março, a Lei Geral da Copa estabelece que não estará em vigor durante a Copa das Confederações em 2013 e a Copa do Mundo em 2014 o trecho do Estatuto do Torcedor que proíbe o ingresso de bebida nos estádios.



informou que o governo “não aceitaria mais” o secretário-geral como interlocutor. E deixou clara sua posição, mesmo diante de um eventual pedido de desculpas de Valcke.

As declarações do secretário da Fifa dificultam o ambiente de cooperação e entendimento. Não tem cabimento”, disse o ministro, afirmando que iria “comunicar o presidente da Fifa (a respeito) dessa decisão” de desconsiderar Valcke como interlocutor “a nível de governo (O ESTADO DE S.PAULO, 2012c).

Ao saber dessa reação, o secretário garantiu que permaneceria na função, rebateu com novas críticas e chamou o governo brasileiro de “infantil”. (O ESTADO DE S.PAULO, 2012d). “Por que é que ele não lida com os problemas? (...) Se o resultado de minhas declarações é que não querem mais falar comigo, se não sou a pessoa com quem querem trabalhar, então, como dizemos em francês, é um pouco infantil (O ESTADO DE S.PAULO, 2012d).

Até 4 de março, a FIFA não se manifestou. O jornal *O Estado de S.Paulo* anunciou a possível vinda do representante da FIFA ao Brasil. E cobrou atitudes de ambos para que a crise fosse amenizada.

Se o governo brasileiro continuar batendo pé na exigência à Fifa de trocar seu interlocutor para os assuntos relacionados à Copa do Mundo e se o secretário-geral da entidade, Jérôme Valcke, não rever sua posição e pelo menos pedir desculpas por suas declarações deselegantes, uma saída-justa de grandes proporções tem tudo para ocorrer nos próximos dias. Isso porque Valcke desembarca no País no dia 11 e, dois dias depois, tem agendada uma reunião em Brasília com o governo (O ESTADO DE S.PAULO, 2012d).

O ministro Aldo Rebelo reiterou que permanecia avesso à visita de Valcke e afirmou que não o receberia. Rebelo insistiu na vinda de outro representante da entidade máxima do futebol mundial. No dia 5 de março, a imprensa noticiou que o Brasil teria vetado o secretário-geral como interlocutor. O ministro do Esporte redigiu uma carta ao presidente da FIFA, Joseph Blatter, oficializando a decisão, o veto a Valcke. O Estadão reproduziu: “Diante dessa realidade, o governo brasileiro não pode mais aceitar nas suas tratativas com a Fifa o senhor Jérôme Valcke como interlocutor durante a preparação desse Mundial” (O ESTADO DE S.PAULO, 2012c).

A *Folha de S. Paulo* enfatizou que, pouco depois de o governo divulgar a carta, Valcke enviou uma nota de desculpas e culpou a tradução pelo mal-entendido.

Em carta, o secretário-geral da Fifa, Jérôme Valcke, pediu desculpas ao governo federal por ter declarado que o Brasil precisava de um “chute no traseiro” para acelerar a organização da Copa-2014. A alegação do dirigente no documento -



enviado ao ministro do Esporte, Aldo Rebelo, que o divulgou- é que a tradução de sua frase do francês para o português ampliou o tom da sua crítica ao país (FOLHA DE S. PAULO, 2012).

Em 6 de março, a FIFA reforçaria o pedido e finalmente se manifestaria por meio de uma carta do presidente Joseph Blatter. Blatter escreveu a Aldo Rebelo para pedir desculpas pela polêmica criada. O presidente da FIFA demonstrou interesse em se encontrar com a presidente Dilma Rousseff para discutir a Copa. De acordo com o jornal, Rebelo conversou por telefone com Joseph Blatter e ambos prometeram garantir a harmonia na relação entre o governo brasileiro e a entidade. Não foi o que aconteceu nos capítulos seguintes.

A crise se arrastou. A FIFA batia na tecla de que a crítica havia sido hiperdimensionada e o governo brasileiro insistia na troca “do interlocutor”. No dia 10 de março, segundo a Folha de S. Paulo, Rebelo pediu o adiamento da visita de Valcke. Seis dias depois, no lugar de Jérôme Valcke, veio o Blatter, que se reuniu com a presidente Dilma no Palácio do Planalto. De acordo com o jornal O Estado de S. Paulo, era um encontro para selar a paz.

A conversa, que contará com as presenças de Pelé e Ronaldo Nazário, será para "fumar o cachimbo da paz" e para os dois lados acertarem que precisam manter uma relação institucional e trabalharem em conjunto nesses mais de dois anos que faltam para a realização da Copa do Mundo (O ESTADO DE S.PAULO, 2012g).

Após a reunião, em entrevista concedida a jornalistas, Dilma e Blatter evitaram falar do destino de Valcke, ou seja, se ele iria ou não permanecer como interlocutor das questões referentes à Copa do Mundo de 2014. Horas mais tarde, a imprensa informaria que Brasil e FIFA tinham decidido que Blatter assumiria a coordenação das negociações sobre a Copa, enquanto Jérôme Valcke ficaria afastado. “Ficou acertado que o Brasil daria todas as garantias para a realização do Mundial, enquanto a Fifa deixaria Valcke afastado” (O ESTADO DE S.PAULO, 2012h).

Quatro dias depois, ou seja, no dia 20, a *Folha de S.Paulo* mostraria que o governo brasileiro tinha levado um belo drible nos bastidores. O jornal confirmou a permanência do secretário-geral Jérôme Valcke como interlocutor da relação institucional entre a FIFA e a sede da próxima Copa do Mundo. A vinda de Valcke ao Brasil passou a ser anunciada pela imprensa. Para *O Estado de S. Paulo*, de 3 de abril, a decisão de mantê-lo representava uma vitória. “Fifa ganha queda de braço e Valcke volta ao Brasil” (O ESTADO DE S.PAULO, 2012i). O jornal destacava que o



secretário-geral estaria em Brasília para uma audiência na Comissão de Educação, Cultura e Esporte do Senado, na qual seria discutida a organização a Lei Geral da Copa. Esta seria a primeira vez que Valcke viria ao País depois da polêmica declaração.

Segundo o “Estado de S.Paulo”, Jérôme Valcke comentou que aceitaria o convite apenas por ser uma determinação do presidente da FIFA. A *Folha de S.Paulo* informou que, ao saber da notícia, a Comissão de Educação, Cultura e Esporte do Senado rejeitou a presença do secretário-geral. A visita que estava prevista para o dia 11 de abril não aconteceu.

A editoria de política do portal G1, no dia 30 de abril, reacendeu o embate ideológico e recorreu a uma fonte que costuma regar com querosene uma pequena fogueira, sempre com a elegância retórica que lhe é peculiar. O presidente da comissão, o senador Roberto Requião (PMDB-PR), decidiu cancelar o encontro porque não aceitava a decisão do presidente da FIFA de enviar Valcke. "Não aceitamos o porteiro da Fifa. O requerimento aprovado foi para receber o Blatter, não esse bedel da Fifa. Se depender de mim, ele receberá um pontapé em suas redondas abundâncias", disse o senador (G1. POLÍTICA, 2012).

2. OS “VALORES-NOTÍCIA” E A NOVELA FIFA-GOVERNO BRASILEIRO

As declarações do dirigente francês permitem que entre em campo o conceito de “valores-notícia” (*news values*). Para Nelson Traquina (2005), os valores-notícia são um elemento básico da cultura jornalística. “Servem de ‘óculos’ para ver o mundo e para construir” (TRAQUINA, 2005, p. 94). Traquina destaca que foi o acadêmico italiano Mauro Wolf que apontou que os valores-notícia estão presentes em todo o processo de produção editorial. Assim, ele ressalta que foi estabelecida pelo italiano a distinção entre os valores-notícia de seleção e valores-notícia construção.

Segundo Wolf, os valores-notícia de seleção referem-se a “critérios que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos, isto é, na decisão de escolher um acontecimento como candidato à sua transformação em notícia e esquecer o outro acontecimento” (TRAQUINA, 2005, p. 78). Esses critérios são divididos em cinco categorias:

As categorias substantivas são as mais óbvias, pois se classificam de acordo com o grau de importância dos envolvidos e o grau de interesse público; as categorias relativas ao produto, que estão divididas por critérios de brevidade,



atualidade, qualidade e equilíbrio, referem-se especificamente à objetividade; as categorias relativas ao meio de informação, que estão divididas em graus de acessibilidade às fontes/locais em possibilidades/ limites de formação referem-se aos veículos. Na TV, por exemplo, há a necessidade de imagem e isso influencia a noticiabilidade; as categorias relativas ao público, por sua vez, abordam critérios como serviço e protetividade; As categorias relativas à concorrência, cujo acesso exclusivo, conhecido como furo, parece ser o valor supremo, levam em conta o trabalho dos “coleguinhas” de outros veículos (PENA, 2005, págs. 72-73).

Já os valores-notícias de construção, envolvem ou pressupõem “qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guias para apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na construção do acontecimento como notícia” (TRAQUINA, 2005, p. 78).

Aspectos relacionados à dimensão do interesse público foram praticamente abandonados pela Folha e pelo Estadão, sucumbiram diante da polêmica suficiente para manter o assunto em evidência e simplesmente alimentar o noticiário.

Para Traquina (2005), a notoriedade do acontecimento ou do “ator principal” é valor-notícia fundamental para o jornalismo. “É fácil visualizar este valor ao ver a cobertura de um congresso partidário e a forma como os membros da tribo jornalística andam atrás das estrelas políticas” (TRAQUINA, 2005, p.79). A segunda questão crucial diz respeito à relevância do fato para as pessoas, ou seja, o interesse público. Nesse sentido, o autor pontua que este valor corresponde à preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes porque têm impacto sobre ele. “Este valor-notícia determina que a noticiabilidade tem a ver com a capacidade do acontecimento incidir ou ter impacto sobre as pessoas, sobre o país, sobre a nação” (TRAQUINA, 2005, p. 80).

Todos esses elementos, fundamentais na definição da pauta, parecem ter sido deixados de lado, talvez propositalmente porque *bad news is good news*⁵ e as discussões mais técnicas afastam o público, costumam ser “chatas” ou simplesmente não dão audiência. No lugar delas, a imprensa foi mera indutora e reprodutora da polêmica que ela própria ajudou a alimentar, num modelo que se renovava diariamente. O consumo e a indignação nacionalista nortearam a cobertura do episódio. De acordo com o conceito de valor-notícia e com a prerrogativa do papel na pauta numa cobertura, quais as respostas que ficaram pendentes? Pontualmente, quais os *gaps* de infraestrutura e no

⁵ *bad news is good news*: “notícia ruim é notícia boa” é quase um credo da cultura jornalística .



cronograma de obras dos estádios que preocupam a Fifa? Em que estágio o Brasil está e, de acordo com os compromissos assumidos, em qual patamar deveria estar?

3. JORNALISMO E ENTRETENIMENTO: *THE SHOW MUST GO ON*

Desde a década de 1960, com a expansão da televisão como meio de comunicação de massa, a sociedade, em especial a capitalista, viu surgir aquilo que Guy Debord resumiria, em 1967, como “sociedade do espetáculo”. O pensador francês, ao analisar o relacionamento da sociedade com os meios de comunicação de massa, afirma que “tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD apud. BAHIA, 2012).

Em outras palavras, e como aponta José Aloise Bahia⁶ (2012) ao analisar a obra de Debord, é pela mediação das imagens e mensagens dos meios de comunicação de massa que os indivíduos em sociedade abdicam da dura realidade dos acontecimentos da vida, e passam a viver num mundo movido pelas aparências e consumo permanente de fatos, notícias, produtos e mercadorias.

A sociedade do espetáculo é o próprio espetáculo, a forma mais perversa de ser da sociedade de consumo. (...) O espetáculo – diz Debord – consiste na multiplicação de ícones e imagens, principalmente através dos meios de comunicação de massa, mas também dos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo, de tudo aquilo que falta à vida real do homem comum: celebridades, atores, políticos, personalidades, gurus, mensagens publicitárias – tudo transmite uma sensação de permanente aventura, felicidade, grandiosidade e ousadia. O espetáculo é a aparência que confere integridade e sentido a uma sociedade esfacelada e dividida. É a forma mais elaborada de uma sociedade que desenvolveu ao extremo o ‘fetichismo da mercadoria’ (felicidade identifica-se a consumo). Os meios de comunicação de massa – diz Debord – são apenas ‘a manifestação superficial mais esmagadora da sociedade do espetáculo, que faz do indivíduo um ser infeliz, anônimo e solitário em meio à massa de consumidores (ARBEX apud BAHIA, 2012).

O espetáculo, apoiado pelo consumo e pelas imagens, substitui o diálogo que deveria existir nas relações sociais.

Com isso, a seleção das pautas jornalísticas passou a ser regulada pelos interesses do “leitor-cliente” e não mais pelas demandas de cidadania. Modificaram-se os critérios de noticiabilidade, como o caso envolvendo a crítica do secretário-geral da FIFA ao Brasil embute. A crescente concorrência entre as empresas de comunicação fez

⁶Jornalista, escritor, pesquisador, ensaísta, colecionador e crítico de artes plásticas e literatura. Estudou Economia (UFMG). Graduado em Comunicação Social e pós-graduado em Jornalismo Contemporâneo (UNI-BH). Autor de *Pavios curtos* (Belo Horizonte: Anomelivros, 2004).



com que o jornalismo passasse a privilegiar assuntos que englobam temas pessoais de interesse do público e não mais temas de grande relevância social. O hiato entre interesse público e interesse do público parece ruir.

A notícia torna-se, portanto, um produto, e como qualquer produto, está à venda para ser consumida com direito a apelos estéticos, emocionais e sensacionais. A informação, em um enquadramento geral, "torna-se um produto de comunicação de massa, comunicação de massa como indústria cultural e indústria cultural como fenômeno da sociedade urbana e industrializada. (...) Essa necessidade lucrativa é o que força a mídia, na maioria dos casos, a tentar atrair o público por meio de reportagens indecentes, (...) e, para não ver o índice de sua audiência cair, a mídia continua dando cobertura a esses tipos de casos (ANDRADE, 2012).

A notoriedade, o interesse público, a (busca pela) objetividade, os temas de caráter local-prático, o ineditismo e a imprevisibilidade (ERBOLATO⁷, 2006) contribuem para um melhor entendimento das razões que levam jornalistas a incluírem determinadas pautas nos veículos para os quais trabalham. É facilmente observável, hoje em dia, que esta ferramenta dos valores-notícia está cada vez menos dando conta de explicar a opção dos pauteiros.

Uma das maneiras de se entender parte do que está acontecendo talvez seja uma reflexão sobre a importância que a narrativa vem ganhando no jornalismo. O que poderia até ser entendido como um bem em si, desde que esta narrativa dissesse respeito a fatos, situações e circunstâncias de efetiva importância jornalística (SALOMÃO, 2004).

Alguns dos vértices da noção de valores-notícia assumiram, assim, a perspectiva do entretenimento e do consumo. O conteúdo dos meios jornalísticos torna-se tendenciosamente repetitivo. Além dos critérios já mencionados, é possível citar outros valores-notícia mais comumente: como a proximidade e o conflito.

(...) A proximidade, sobretudo em termos geográficos, mas também em termos culturais. Um acidente de avião com duas vítimas mortais em Caiscais poderá ser notícia num jornal de Lisboa, e possivelmente, mas com maior dificuldade, num jornal do Porto, mas dificilmente será num país estrangeiro. (TRAQUINA, 2005, p. 84).

As escolhas de pauta são feitas menos pelo valor do seu conteúdo e mais pela narrativa que podem proporcionar, pelo compromisso que elas têm com o destinatário da informação e pela importância que esta informação terá na vida e na cidadania dele, o que naturalmente acaba por contemplar o interesse público. Em *Entrevista – o diálogo*

⁷ Mário L. Erbolato em *Técnicas de Codificação em Jornalismo*, 2006.



possível (2008), a professora Cremilda Medina explica que a escolha de uma fonte é “um processo autoritário”, em especial quando se busca por meio dela contemplar interesses.

Dentro de um processo autoritário (a ditadura da oferta), esta seleção preexiste a uma pesquisa de campo. A predeterminação de quem se deve ouvir na reportagem é inerente ao jornalismo acoplado a grupos de poder (econômico ou político ou cultural). Torna-se sumária a seleção de fontes de informação: já estão à disposição do editor, chefe de reportagem, repórter ou pauteiro aqueles nomes, endereços e telefones dos entrevistados habitues. Outras possíveis fontes são descartadas ou porque não servem (não se explica o motivo), ou porque ‘a casa’ (entidade mítica que significa a empresa) não aceita esses nomes (malditos), ou porque, por desconhecimento total, uma sugestão inovadora por parte do repórter pega de surpresa o produtor cultural que está à frente do processo de decisão. O autoritarismo institucional acentuou a limitação de vozes no circuito da comunicação coletiva (MEDINA, 2008, p.35).

É o dia a dia da novela cotidiana que passa a ser apresentada, a audiência, na forma de notícia, submetida às próprias técnicas e à lógica da estrutura noticiosa. A narrativa busca privilegiar histórias relacionadas com os interesses próprios da audiência e também as que envolvem temas de caráter espetacular, como sexo, crimes, culto do herói e da fama, nacionalismo e outros. Felipe Pena (2005), teórico do jornalismo afirma que

(...) a mídia produz celebridades para poder realimentar-se delas a cada instante em um movimento cíclico e ininterrupto. Até os telejornais são pautados pelo biográfico e acabam competindo com os filmes, novelas e outras formas de entretenimento. É uma Disneylândia de notícias, como se os redatores-chefes fossem Mickey Mouse e Pateta. (...) A espetacularização da vida toma o lugar das tradicionais formas de entretenimento. Cada acontecimento em torno de um indivíduo é superdimensionado, transformado em capítulo e consumido como um filme (PENA, 2005, p.88).

O desdobramento técnico, sobre a forma como o Brasil se prepara para a Copa, foi colocado em segundo plano diante de uma percepção que trouxe à opinião pública um “pout-pourrit” de espetáculo, infotainment e a repercussão simplista que transformou em debate com viés ideológico uma questão de estado tratada como novelinha. O jornalismo ficou devendo. Desperdiçou-se uma oportunidade específica de mostrar se o Brasil consegue “pensar grande” fora do nacionalismo de ocasião que costuma acobertar a letargia do que a professora Cremilda Medina definiu como *Agonia do Leviatã*⁸.

⁸ *Leviatã*, o símbolo da crise do Estado moderno foi tratado no trabalho de 1996 da professora Cremilda Medina.



4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A audiência, que anda junto com os interesses comerciais, passou a determinar os valores-notícia a serem considerados no estabelecimento das pautas dos principais veículos de comunicação do país. Como empresas inseridas no sistema de produção capitalista, as organizações de comunicação e jornalismo passaram a investir, no conteúdo oferecido ao seu público, muito mais entretenimento, em detrimento da informação, objetivo número um do “fazer jornalístico”. Numa subversão total do jornalismo, o consumo se sobrepõe ao direito à cidadania e à informação.

Todo esse cenário leva à dramatização do jornalismo. O episódio Valcke mostra como, em sua essência, a narrativa jornalística se transforma. As declarações do secretário-geral da FIFA são o ponto de partida para a construção da “novela diária do jornalismo”. Dia após dia, nas páginas das Editorias de Esporte dos principais jornais do país, os capítulos da novela FIFA-Governo Brasileiro foram apresentados à audiência pelos veículos de comunicação.

A construção jornalística se subverte, assim, aos interesses comerciais da indústria do entretenimento. A polêmica, gerada pelas declarações de Valcke e pelas respostas dos diferentes agentes do Governo Brasileiro e da CBF, se sobrepõe à informação. As obras para a preparação da Copa do Mundo de 2014 estão, ou não, atrasadas? O que interessa mais ao cidadão brasileiro? O péssimo uso dos recursos públicos ou a “honra nacional” arranhada pelas declarações do gestor da FIFA?

Valcke, e todo o “staff” governamental brasileiro, se transformam, assim, em verdadeiros personagens da telenovela diária do jornalismo brasileiro. Um verdadeiro chute nos “fundilhos” da nossa imprensa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ERBOLATO, Mário. *Técnicas de Codificação em Jornalismo*. 5.ed. São Paulo: Ática, 2006.

MEDINA, Cremilda. *Entrevista - o diálogo possível*. São Paulo: Ática, 2008

PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. São Paulo. Editora Contexto. 2005.

REVISTA HSM MANAGEMENT. *O jogo está começando*. Número 39, Ano 7, Volume 4, p. 36-47, São Paulo, jul-ago 2003.



TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo*. Vol. II. A tribo jornalística- uma comunidade interpretativa transacional. Florianópolis: Insular, 2005.

WEBGRAFIA

ANDRADE, Rodrigo de Oliveira. *Os problemas do jornalismo-espetáculo*. 2012. Disponível em:<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/os_problemas_do_jornalismoespetaculo> Acesso em 18 de abril de 2012.

BAHIA, José Aloise. *A sociedade do espetáculo*. 2012. Disponível em:<<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a-sociedade-do-espetaculo>> Acesso em 18 de abril de 2012.

EL PAÍS INTERNACIONAL. *El Parlamento de Brasil aprueba la amnistía para los destructores de la selva amazónica*, 2012. Disponível em: <http://internacional.elpais.com/internacional/2011/05/25/actualidad/1306274407_850215.html> Acesso em 27 de abril de 2012.

FOLHA.COM. *Brasil precisa de 'chute no traseiro', diz Fifa sobre atrasos da Copa*, 2012. Disponível em:< <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/1056536-brasil-precisa-de-chute-no-traseiro-diz-fifa-sobre-atrasos-da-copa.shtml>>. Acesso em 07 de abril de 2012.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Valcke pede perdão, mas briga não acaba*, 2012. Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/29654-valcke-pede-perdao-mas-briga-nao-acaba.shtml>>Acesso em 27 de abril de 2012.

G1.POLÍTICA. *Aldo terá primeiro encontro com Valcke após declaração polêmica*, 2012. Disponível em:< <http://m.g1.globo.com/politica/noticia/2012/04/aldo-tera-primeiro-encontro-com-valcke-apos-declaracao-polemica.html>> Acesso em 30 de abril de 2012.

O ESTADO DE S.PAULO. *Governo quer novo interlocutor da Fifa após críticas de secretário-geral*, 2012. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,governo-quer-novo-interlocutor-da-fifa-apos-criticas-de-secretario-geral,843638,0.htm?p=3>>Acesso em 27 de abril de 2012.

O ESTADO DE S.PAULO. *Secretário-geral da Fifa condena lentidão e burocracia da Copa de 2014*, 2012. Disponível em<<http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,secretario-geral-da-fifa-condena-lentidao-e-burocracia-da-copa-de-2014,843267,0.htm>> Acesso em 27 de abril de 2012.

O ESTADO DE S.PAULO. *Brasil não aceita mais Valcke como interlocutor, diz Rebelo*, 2012. Disponível em<<http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,brasil-nao-aceita-mais-valcke-como-interlocutor-diz-rebelo,843565,0.htm>>
> Acesso em 27 de abril de 2012.

O ESTADO DE S.PAULO. *Secretário-geral da Fifa não pretende deixar de ser interlocutor da Copa, como pediu Aldo Rebelo*, 2012. Disponível em:<<http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,valcke-continua-no-ataque-e-chama-governo-brasileiro-de-infantil,843652,0.htm>> Acesso em 27 de abril de 2012.

O ESTADO DE S.PAULO. *Chances de tensão aumentam com visita de dirigente ao País*, 2012. Disponível em<<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,chances-de-tensao-aumentam-com-visita-de-dirigente-ao-pais-,844091,0.htm>> Acesso em 27 de abril de 2012.



O ESTADO DE S.PAULO. *Em carta à Fifa, Brasil confirma veto a Valcke*, 2012. Disponível em:<<http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,em-carta-a-fifa-brasil-confirma-veto-a-valcke,844374,0.htm>> Acesso em 27 de abril de 2012.

O ESTADO DE S.PAULO. *Dilma recebe Blatter em clima de paz*, 2012. Disponível em:<<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,dilma-recebe-blatter-em-clima-de-paz-,849113,0.htm>> Acesso em 27 de abril de 2012.

O ESTADO DE S.PAULO. *Blatter será interlocutor da Fifa; Valcke está 'suspensa'—fonte*, 2012. Disponível em:<<http://www.estadao.com.br/noticias/geral,blatter-sera-interlocutor-da-fifa-valcke-esta-suspensa-fonte,849459,0.htm>> Acesso em 27 de abril de 2012.

O ESTADO DE S.PAULO. *Fifa ganha queda de braço e Valcke volta ao Brasil*, 2012. Disponível em:<<http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,fifa-ganha-queda-de-braco-e-valcke-volta-ao-brasil-,856822,0.htm>> Acesso em 27 de abril de 2012.

RICARDO XAVIER- Recursos Humanos. Entrevistas. Cenário. *CENÁRIO Copa do Mundo e eleição presidencial projetam crescimento expressivo para 2010*, 2010. Disponível em:<<http://www.ricardoxavier.com.br/index.php?acao=entrevistas&subacao=ler&i=79>> Acesso em 30 de abril de 2012.

SALOMÃO, Mozahir. *A narrativa como valor-notícia*. 2012. Disponível em:<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_narrativa_como_valornoticia> Acesso em 18 de abril de 2012.