

Não vai dar certo

J. Roberto Whitaker Penteadado

Entre os muitos fenômenos estranhos que caracterizam o nosso jornalismo, havia um que - até agora - eu tinha muita dificuldade para entender. Trata-se do "já-ganhou".

Cheguei a colecionar manchetes de diversos jornais - durante competições esportivas de que o Brasil participava - para obter evidência para a minha suspeita. Mas não tive, digamos, paciência para ir até o fim. Trata-se de coisa para pesquisa braba, mesmo, daquela que se faz em cursos de mestrado e doutorado. Espero que alguém se encoraje a fazê-la.

Agora, com a aproximação dessas mornas olimpíadas gregas, a coisa adquiriu proporções de epidemia. Não há jornal ou revista - nem rádio ou TV - que não esteja dedicando quilômetros/horas às coberturas e entrevistas sobre os quilos de ouro que vamos garimpar em Atenas.

Nas últimas olimpíadas - em Sidney - não conquistamos sequer uma medalha de ouro. Foram 12 - até um bom número - mas nenhuma de ouro. Ficamos abaixo, até, de uma valente empregada doméstica colombiana, que arrancou um ouro no levantamento de peso... O que leva nossos veículos de comunicação a essa euforia antecipada?

Aí - então - descobri; e arrisco passar por ingênuo diante do caro leitor dessa publicação especializada, que vai dizer: - E você não sabia? Ou, pelo menos, desconfiava?

Pois é. Trata-se, mais uma vez, de sua santidade, o patrocinador. E do que poderíamos chamar de "efeito Galvão Bueno". O comunicador da TV Globo não ganharia concursos de popularidade - ou de objetividade jornalística - mas é inegável a sua lealdade ao patrão, forçando-se a ostentar um permanente e falso otimismo para segurar os investimentos do empregador (e do patrocinador) nos eventos esportivos que transmite. Cada peladinha insignificante do campeonato brasileiro torna-se uma saga épica, na versão galvãoobuenizada (e temperada por falconices e casagrandices).

Seria impensável, hoje em dia, termos - no rádio ou na TV - um João Saldanha a dizer, com toda aquela sua saudosa e cínica franqueza: - Meus amigos, esses times poderiam jogar mais 45 minutinhos, 45 horas ou 45 dias, que essa partida vai ficar no zero-a-zero.

Portanto, o principal fator motivador das coberturas jornalísticas acerca das Olimpíadas, feitas até agora, é assegurar que as pessoas comprem muitos jornais e revistas, assistam a muitas horas de TV e ouçam bastante rádio. Os fatos que se danem e uma consideração a respeito de uma possível verdade jornalística nem passa perto. De repente - quem sabe - o Brasil dá sorte - e, do Zero ouro em Sidney conquista uma ou duas medalhinhas em Atenas.

Mais uma vez, caio naquela observação sábia e anônima: seria cômico se não fosse trágico. Seria tolerável - um abuzozinho ou outro de relato noticioso - se esse tipo de coisa só acontecesse em relação a esportes, por exemplo. Mas sabemos que não acontece. Hoje em dia, em todo o mundo, o que prevalece, no jornalismo, é o valor entertainment dos conteúdos. E isso - a médio e longo prazo - não vai dar certo, nem mesmo para os donos da mídia.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. Não vai dar certo. **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteadado**, Rio de Janeiro, ago. 2004. Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=300&ID=221>>. Acesso em: 15 set. 2009.