

COPA DO MUNDO

A mensagem da Copa do Mundo no Brasil

Por Luciano Maluly e Clarissa Glagliardi em 10/06/2014 na edição nº 802

Reproduzido do *Jornal da USP* nº 1033, 26/5/2014

Muito se fala sobre Copa do Mundo, tendo de um lado, os jornalistas preocupados com apenas com o espetáculo e, de outro, aqueles preocupados com o desenvolvimento da sociedade. O primeiro grupo observa o esporte, neste caso o futebol, como um mundo à parte, em que é comum falar de milhões e, em particular, das transações (de atletas, estádios, mídia e outros universos de um jornalismo às avessas). Neste grupo, o faz de conta domina a notícia, sendo este um espaço de promoção e não da busca pela verdade. Uma fantasia cheia de interesses, onde heróis e vilões são reverenciados ao final de cada evento. Já o segundo grupo vincula o esporte à cidadania e ao interesse público, estando preocupado com a valorização e defesa da pessoa, seus direitos e lugares cotidianos. As pautas são determinadas pela conquista de espaços fundamentados pelo saber, representado neste âmbito pelo esporte enquanto sinônimo de cultura, educação, saúde, lazer, turismo e o bem-estar em geral.

Onde fica a Copa do Mundo nesse duelo? No caso do Brasil, uns a criticam pelo excesso de gastos públicos, objeto principal das manifestações populares, e também pela possibilidade desses locais se tornarem “elefantes brancos”. O legado do evento é quase nulo, já que seus espaços, como as arenas, são e serão usufruídos, em muitos casos, apenas pela iniciativa privada, no caso os clubes de futebol. Neste contexto, poucos lugares estão reservados para as práticas esportivas públicas, como o entorno das arenas, que poderia ser utilizado para a prática do atletismo, os vestiários e os estacionamento para atividades menores, como o tênis de mesa e as lutas, ou mesmo as arquibancadas, a serem projetadas para receber eventos relacionados ao esporte, como cursos ou mesmo competições, e assim por diante.

Outros também a criticam porque a pauta esportiva (e, sobretudo, a futebolística) é guiada por uma cobertura voltada à competição, em que o resultado (do jogo ao financeiro) estabelece a ordem da notícia. Agradar e exaltar a figura dos atletas e demais envolvidos por meio da valorização de superficialidades, do corte de cabelo às estatísticas factuais, preenchem os minutos dos telejornais e as linhas dos cadernos de esportes, voltados sempre à promoção de eventos.

Uma solução seria a cobertura midiática estabelecer uma relação com os valores do esporte e do olimpismo, como a amizade, o respeito e a excelência. Desta forma, o futebol de alta performance possibilita a construção de ídolos, que serão referências, em particular, aos jovens. Nesse sentido, o público estabelece uma relação com os protagonistas e o futebol reproduz o cotidiano, como o combate à violência ou mesmo o convívio com a vitória e a derrota. Daí surgem as idéias que comparam fatos e personagens do futebol ao universo social. Da derrota de 1950 (o Maracanazo) à Família Felipão, o futebol, assim como a arte, reconstitui o círculo da vida.

Agora, pensemos na Copa do Mundo da FIFA este ano no Brasil. A pauta está centrada em três assuntos – (1) O Brasil será campeão?; (2) Manifestações do Não vai ter Copa e (3) Infraestrutura da Copa (Gastos Públicos, Arenas, prazo, Vamos passar vergonha? etc). Enquanto isso, o esporte, inclusive o futebol, convive com uma crise decorrente de um calendário que favorece apenas algumas agremiações e atletas de elite. No caso do futebol, a maioria dos jogadores fica sem atuar por quase metade do ano. Já as demais modalidades continuam à deriva, com os atletas a pedir esmolas, como o atual campeão olímpico das argolas, o ginasta Arthur Zanetti, que treina em precárias condições em

São Caetano do Sul (SP). No mesmo patamar estão os atletas dos esportes sem prestígio, que lutam pela sobrevivência, por meio de iniciativas do governo federal, como a bolsa-atleta, ou da ajuda dos clubes e de um patrocinador, inclusive os próprios familiares.

O turismo e o impacto nas cidades

No que diz respeito aos impactos da Copa no turismo e nas cidades-sede, a corrida para a qualificação profissional e as intervenções urbanas para dar conta de receber e atender bem ao visitante tem ocupado a maior parte do noticiário. Contudo, também nesse campo, faltam elementos para o grande público avaliar o que vem sendo feito para qualificar a atividade turística no país para além de sermos hospitaleiros durante o evento. Para que o volume de visitantes não seja efêmero e volte aos mesmos padrões acanhados anteriores ao megaevento, operações complexas, multissetoriais, de longo prazo e constantes precisam estar na agenda e serem acompanhadas pelos diferentes setores da sociedade, hoje tema à margem da pauta que privilegia as obras pontuais, especialmente os aeroportos e a rede de meios de hospedagem para atendimento ao público do evento. Carecemos de discussões a respeito do turismo em uma dimensão mais ampla, dando conta de sua interface com a cultura popular, com a preservação ambiental, com a inclusão social, com a valorização de saberes locais, para além de seu entendimento como entretenimento e aporte econômico apenas, não obstante sua importância nesse sentido venha sendo, pouco a pouco, mais notada.

Como parte das reivindicações das *Jornadas de Junho*, hospitais e escolas “padrão FIFA” chamaram a atenção para a carência de serviços urbanos básicos e moradia de qualidade em muitas das cidades-sede, suplantados pela urgência em atender às necessidades dos grandes eventos que, em muitos casos, não atendem demandas sociais históricas. Mas ao mesmo tempo, também fazem parte do jogo, grandes projetos urbanos oportunizados pela Copa e que podem redirecionar o crescimento das cidades, discussão também ausente dos veículos da grande mídia.

Esporte é saúde

Ao contrário do que pensam os jornalistas, o esporte está associado, principalmente, à saúde e, por conseguinte, à educação e à cultura. A Copa poderia estimular as pessoas à prática esportiva, com a organização de eventos amadores, desde de campeonatos até atividades físicas com bola, imitando o treinamento dos atletas. O tema serviria ainda para gincanas nas escolas e universidades, com práticas esportivas e culturais, que estimulam conhecimentos, como o de história e geografia. Afinal, os cinco continentes estão representados. Também poderiam ser estimulados concursos de redação com o tema, assim como exposições e espetáculos em espaços públicos, como as universidades e museus.

O Brasil perde assim uma grande oportunidade de valorizar a saúde da população por meio do estímulo ao esporte, assim como ocorreu na Era Guga (tênis), Popó (boxe), Cielo (natação), sem falar no judô, basquete e voleibol, modalidades que, devido às conquistas, ganharam adeptos e espaços na mídia em determinado momento e logo depois continuaram sendo subestimados pela chamada Grande Imprensa. O povo brasileiro, em especial os jovens e os cidadãos da melhor idade, merece conviver com os valores do esporte, com destaque para a mensagem da Não-violência, sem ficar concentrado na busca sem critérios pelo dinheiro e a competição sem limites. Logo, continuam as manifestações, mas com todos a torcer pela vitória da seleção, a escolher os novos governantes e, principalmente, a tratar o esporte apenas como entretenimento.

observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed802_a_mensagem_da_copa_do_mundo_no_brasil