



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

Marcelo Santos Silva

**ANÁLISE DISCURSIVA DA COBERTURA DA IMPRENSA
NO CASO DA MÁFIA DO APITO**

PALHOÇA – 2009

Marcelo Santos Silva

**ANÁLISE ÉTICA DISCURSIVA DA COBERTURA DA IMPRENSA NO CASO DA
MÁFIA DO APITO**

Trabalho de Monografia apresentado ao Curso de
Comunicação Social - Jornalismo da
Universidade do Sul de Santa Catarina, como
requisito parcial à obtenção do título de Bacharel
em Jornalismo

Orientador: Prof. Msc. Giovanna Benedetto
Flores

Co-orientador: Prof. Dr. Jaci Rocha Gonçalves

PALHOÇA – 2009

Em dedicação ao Vô Secundino, à Tia Tânia e ao Tio Jason, que se foram, mas não sem antes deixarem sua margem de colaboração em minha vida, para que eu chegasse onde cheguei.

AGRADECIMENTOS

Esta monografia não poderia ter sido realizada sem a intensa colaboração da minha orientadora Giovanna Flores, da ajuda de meu coorientador Jaci Gonçalves e de tantos professores que me auxiliaram nestes quatro anos, como Dagoberto Bordin, Roberto Forlin, Marta Scherer, Jorge Wolff, Nelson Baibich, Helana Iracy, Ranquel Wandelli, Luciane Zuê, Rogério Pohl, Marci Martins, Solange Gallo e Silvânia Siebert, entre outros. Infelizmente, não tive a oportunidade de ter sido aluno de todos estes, mas, mesmo assim, eles me deram verdadeiras aulas nos corredores e durante os estágios da universidade.

Também não poderia deixar de agradecer pai, mãe, irmão, namorada, e os demais membros desta minha família maravilhosa, inclusive aqueles já nos deixaram. Por fim, agradeço a todos os colegas e ex-colegas, tanto do curso de Jornalismo, como de Direito.

“O país ficou feliz depois daquele gol / Todo mundo satisfeito, todo mundo se abraçou / Muita gente até chorou com a comemoração / Orgulho de viver nesse país campeão/ E na favela, no dia seguinte, ninguém trabalha / É o dia de enterrar o que sobrou do Zé Batalha / Mas não tem ninguém pra carregar o corpo / nem pra fazer uma oração pelo morto /Tá todo mundo com a bandeira na mão / esperando a seleção no aeroporto.” (Gabriel, O Pensador)

RESUMO

Em setembro de 2005, um suposto esquema de manipulação de resultados no futebol era denunciado pela imprensa brasileira. Um árbitro do quadro da FIFA, junto com alguns empresários, foi o protagonista daquilo que ficou conhecido como a “Máfia do Apito”. O presente trabalho faz uma análise discursiva e ética da cobertura da imprensa sobre os fatos acontecidos. No processo, são discutidos os fatores econômicos e sociológicos que envolvem o futebol e a mídia no Brasil, trazendo à tona jogos de interesses e disputas por poder, ressaltando elementos já impregnados na sociedade brasileira. Com a ajuda de autores da Sociologia, da Linguística, da Comunicação e da Ética, é mostrado como uma reportagem pode criar uma realidade distorcida para a população.

Palavras-Chave: Máfia do Apito; Discurso; Mídia; Futebol; Ética

ABSTRACT

In september of 2005, a suspect of manipulation of soccer games was denounced by the brazilian press. A referee from staff of FIFA, along with some businessmen, was the main character of what was known as the “Mafia Whistle”. This project makes a discursive and ethic analysis about the facts. In the process, discusses the sociological and economic factors surrounding the football and the media in Brazil, revealing a set of interests and disputes over power, pointing out elements already impregnated in the Brazilian society. With the help of authors in the science of Sociology, Linguistics, Communication and Ethics, is shown how a report can create a distorted reality for the people.

Key-words: Mafia Whistle; Discursive; Midia; Soccer; Ethics

SUMARIO

1 INTRODUÇÃO.....	09
2 O FUTEBOL E SUA RELAÇÃO COM A SOCIEDADE.....	12
2.1 O PAPEL DO ESPORTE.....	13
2.2 AS RELAÇÕES ENTRE TORCEDORES E O FUTEBOL.....	14
2.3 O FUTEBOL NA MÍDIA.....	17
2.4 A DESCONFIANÇA NA ARBITRAGEM.....	20
3 O PODER DA MÍDIA E A ÉTICA JORNALÍSTICA.....	24
3.1 OS CONGLOMERADOS.....	28
3.2 A TELEVISÃO NO BRASIL: DISPUTAS POR LUCRO E PODER.	30
3.3 A ÉTICA JORNALÍSTICA.	35
4 ANÁLISE DE DISCURSO.....	41
4.1 O DISCURSO JORNALÍSTICO.....	44
5 O ESCÂNDALO DE ARBITRAGEM.....	48
5.1 O PRÉ-CONSTRUÍDO NO FUTEBOL BRASILEIRO E A POSTURA JORNALÍSTICA.....	48
6 CONCLUSÃO.....	55
7 REFERÊNCIAS.....	58
ANEXOS.....	60
ANEXO A – REPORTAGEM DO BOM DIA BRASIL.....	61
ANEXO B – REPORTAGEM DA REVISTA VEJA: “JOGO SUJO”	62

1 INTRODUÇÃO

Para a elaboração desta monografia buscou-se um tema de interesse do autor, para que, na posição de pesquisador jornalista, se pudesse realizar um debate crítico e objetivo sobre uma temática com poder subjetivo para o acadêmico, ou seja, priorizar o interesse público à parcialidade. Mais do que uma análise de um esporte e de como a mídia o trata, este trabalho pretende apresentar outros olhares (como, por exemplo, de sociólogos e historiadores) sobre um fenômeno de alcance nacional. Para tal, buscou-se um fato em que houvesse um possível conflito de interesses, sobre o qual se fará uma análise discursiva e ética da cobertura por parte da imprensa.

Em outubro de 2005 a revista *Veja* publicou uma reportagem que denunciava um esquema de compra de resultados no campeonato brasileiro: um grupo de apostadores combinava os placares com o então árbitro da FIFA, Edilson Pereira de Carvalho. O Superior Tribunal de Justiça Desportiva acabou por excluí-lo do seu quadro e anular diversas partidas apitadas por ele. A Rede Globo, transmissora dos jogos de futebol, realizou uma série de reportagens sobre o fato, repudiando o árbitro e usando termos como “caso de polícia”.

Considerando o fato de que a Rede Globo é apoiadora do Campeonato Brasileiro, surgiu o seguinte questionamento: a ética jornalística foi respeitada na cobertura dos fatos que circundaram o caso da Máfia do Apito? Ressalta-se que o Campeonato Brasileiro é importante fonte de renda para emissora devido ao espaço publicitário.

Sendo assim, o presente trabalho tem por objetivo analisar a reportagem da revista *Veja* (edição nº 1924 - 26/09/05) e a matéria do *Bom Dia Brasil* (26/09/05) sobre o fato “Máfia do Apito” sob os ângulos científicos da ética e da sociologia, tendo como base teórica a Análise do Discurso. Pretendemos compreender o modo como o jornalismo lida com a relação entre as determinações econômicas e a ética que o regula.

O trabalho apresenta os seguintes objetivos específicos: realizar uma análise discursiva de como foi feita a divulgação do caso da Máfia do Apito pela Rede Globo e pela revista *Veja* pesquisando exercitando um perfil de futuro jornalista e também de um acadêmico de Comunicação Social e de Direito; compreender o funcionamento dos poderes midiáticos.

A justificativa desta monografia tem como base o questionamento ético provindo do fato que a Rede Globo obtém considerável parte de sua renda através das transmissões de

partidas de futebol. Logo, em tese, a divulgação de tal escândalo poderia prejudicar a imagem do futebol e, conseqüentemente, reduzir o número de telespectadores, desvalorizando o espaço publicitário dos programas relacionados ao futebol.

Para realizar a análise discursiva das matérias produzidas por Globo e Veja serão utilizados os seguintes conceitos da Análise do Discurso: Condições de Produção; Pré-construído; Discurso. Estes termos serão aprofundados no capítulo 4, apoiando-se na bibliografia de Eni Orlandi(2005), doutora em Linguística pela Universidade de São Paulo e pela Universidade de Paris/Vincennes (1976), que é um dos principais nomes brasileiros no estudo da Análise de Discurso. Para auxiliar nesta conceituação e aplicá-la ao jornalismo também será trazida ao trabalho a bibliografia de Mariani Bethania, doutora em Linguística pela Universidade Estadual de Campinas (1996), que trabalha o discurso jornalístico de forma extremamente interessante a esta monografia.

Também serão utilizados as noções de ética jornalística como forma de compreender o funcionamento da instituição imprensa. Para tal, serão utilizados os autores Eugênio Bucci e Francisco Karam, além de duas coletâneas sobre Ética do pesquisador Jaci Rocha Gonçalves, doutor em Ciências Sociais Aplicadas pela Pontifícia Universidade Urbaniana de Roma (1997).

O estudo da Ética se faz necessário, visto que o jornalismo não consegue concretizar algumas de suas utopias, em especial a da “Imparcialidade”. O jornalista, por mais qualificado que seja, sempre irá interferir na reportagem que está produzindo, ainda que inconscientemente. Isto se dá, por exemplo, já no momento em que a pauta é decidida. Se faz presente uma certa parcialidade, pois é ela quem indica o que deve e o que não deve ser objeto de uma matéria jornalística. Logo, a Ética cumpre esta função de regular o trabalho jornalístico, fazendo com que o nível de parcialidade seja o menor possível e, quando o jornalista necessitar tomar alguma posição, que o faça da maneira a não impor ao leitor somente uma visão dos fatos.

Começaremos, de pronto, situando alguns pontos da disciplina da Ética:

São muitas funções que se atribuem à ética. Duas predominam: a função crítica e a função utópica. Pela função crítica o discurso ético detecta, desmascara e pondera as realizações inautênticas da realidade humana. Pela função utópica, a ética projeta e configura o ideal normativo das realizações humanas. Estas duas funções realizam-se de modo eminente quando o discurso ético se insere na “trama social” em que acontece o que é “justo” (ou “injusto”). É a justiça que garante a humanização ou desumanização da sociedade. O processo de humanização constitui a avaliação mais profunda da realidade histórica, já que a interpreta no seu sentido último. A dupla função crítico-utópica da ética constitui-se nestes três dinamismos de análises e de propostas: A busca de fins e significados. As realizações humanas ficam diminuídas e

estioladas quando são controladas exclusiva ou predominantemente pela razão instrumental. É necessário abri-las ao horizonte dos “fins” ou “significados”. Este horizonte marca o começo do reino da Ética. [...]. O coração da busca ética é manter a sensibilidade perante o valor inalienável do homem como sujeito da história e como sujeito para todas as realizações humanas, ecohumanas e cósmicas. (GONÇALVES, 2008:03)

Por fim, a metodologia terá por base discussões teóricas e práticas sobre as linhas de pesquisa adotadas e o *case*, sendo que, para tal, será realizada uma pesquisa bibliográfica. Também serão pesquisados sítios jornalísticos para captação e transcrição das reportagens em texto e em vídeo.

Os capítulos estão estruturados de maneira a criar uma base histórica e teórica sobre dois fenômenos essenciais ao *case*: o futebol e a mídia. No capítulo 2, serão abordados os aspectos históricos e sociológicos do futebol, partindo de uma visão global para, posteriormente, vislumbrarmos a relevância deste esporte para a sociedade brasileira. Aqui será comentado também sobre os árbitros, sujeitos imprescindíveis para se entender a dimensão dos fatos ocorridos.

No capítulo 3 será feito um estudo do poder da mídia, e como ela se constitui como uma instituição. Veremos como interesses políticos e financeiros interagem com a imprensa, principalmente no Brasil. Nesse capítulo também se farão presentes conceitos sobre a ética jornalística, os quais serão utilizados na análise.

Por fim, no capítulo 4 terá lugar a base teórica na Análise de Discurso, sendo apresentados conceitos chaves e contrapontos com outras visões científicas. O capítulo 5 trará os fatos que constituíram o Escândalo de Arbitragem e a análise da cobertura destes por parte da Rede Globo e da Revista Veja.

2 O FUTEBOL E A SUA RELAÇÃO COM A SOCIEDADE

Conhecido por ser um jogo de impacto e velocidade, porém não necessariamente violento, uma partida de futebol é fiscalizada por um conjunto de árbitros, sendo um diretamente responsável pelos lances dentro do campo. Outros dois, posicionados em lados diferentes do campo, ficam encarregados de analisar se o jogador da equipe adversária não está mais avançado do que o permitido. Ao todo, as regras futebolísticas compreendem normas que visam impor limites ao posicionamento da bola, dos contatos entre os jogadores e, principalmente, dos contatos entre bola e jogador: a bola só poderá ser conduzida com os pés (daí a origem do nome, Football, do inglês). Vence a partida a equipe que marcar mais gols, sendo possível a ocorrência de empates, dependendo da competição.

Não se tem a noção exata de sua criação, havendo apenas supostas origens em diversos pontos do planeta. Sabe-se apenas que foi um britânico chamado Charles Müller que popularizou o esporte no Brasil, no início do século XX. Vindo da Inglaterra, Müller desembarcou em território brasileiro com 2 bolas do jogo até então desconhecido no país.

Em menos de 5 anos, o futebol já atraía milhares de espectadores no campeonato paulista - Müller veio morar em São Paulo assim que chegou do Reino Unido – e não demorou a se tornar o esporte nacional, desbancando o remo, modalidade praticada em todo o litoral brasileiro, sob influência também da Inglaterra. Na verdade, boa parte dos clubes de futebol atuais apenas praticavam o remo. É o caso do Clube de Regatas do Flamengo e do Clube de Regatas Vasco da Gama.

2.1 O PAPEL DO ESPORTE

O futebol demonstra, desde as suas origens, uma relevância que transcende o campo esportivo, adentrando no sociológico:

Os sociólogos que seguem a linha Durkheim argumentam que o futebol ‘primitivo’ funcionava para manter a ordem social e integrar os indivíduos no âmbito local. Da mesma maneira que muitos carnavais, esses jogos de futebol promoviam a ordem social a longo prazo, dando maturidade aos jovens. Os aprendizes locais praticavam o jogo para comemorar sua ascensão à guilda: por meio desse ritual masculino, os ritos de passagem da adolescência para a idade adulta viril eram publicamente celebrados. De modo geral, o futebol alimentava um forte sentimento de solidariedade social. Os jogos eram realizados paróquia contra paróquia, uma parte

da cidade contra outra, solteiros contra casados, mulheres casadas contra mulheres solteiras, escola contra escola, ou cidade contra campo. (MAGOUN, 1938, p. 136 *apud* GIULIANOTTI, 1999: 17)

No século XX, como mais uma prova de sua importância, o esporte tornou-se profissional, sendo regulamentado mundialmente pela FIFA (Fédération Internationale de Football Association) e, em nível nacional, pela CBF (Confederação Brasileira de Futebol).

O profissionalismo desse esporte fez com que, em meio a um mundo comandado em grande parte por tendências capitalistas, ele se tornasse também um fator econômico e, posteriormente, político.

Desde a década de 1960, a economia política do futebol passou por uma rápida modernização, uma vez que seus famosos jogadores e clubes foram incorporados na maior mercantilização da cultura popular. A experiência do futebol tornou-se cada vez mais sinônimo de placas de publicidade, patrocínio de camisas, comerciais de televisão, patrocínio de ligas e copas e a comercialização da parafernália do clube. (GIULIANOTTI, 1999: 118)

Este aumento da propaganda em torno do futebol, e todos os seus agentes, não era aleatória. Pesquisas comprovavam o que era visível nas ruas: o esporte vendia. E vendia muito bem.

Na 1ª Conferência Internacional de Marketing Esportivo, realizada em dezembro de 1994 no Brasil, Darren Marshal, à época vice-presidente da Sponsorship Research International, afirmava que 'o retorno de uma marca ou produto envolvido em patrocínio de eventos esportivos é quatro vezes maior do que o de uma boa campanha publicitária (MELO NETO, 1995:27 *apud* TOLEDO, 2002: 25)

Com o esporte em alta no mundo inteiro, não foram somente os patrocinadores que lucraram ao estampar as suas logomarcas em camisetas, bermudas e placas no estádio. Com a valorização do futebol, inevitavelmente, os órgãos responsáveis pela sua organização também apresentaram superávits invejáveis à muitas empresas de sucesso. “Desde a Copa do mundo de 1990 na Itália, o futebol mundial passou por um crescimento financeiro inédito. No final de 1994, o presidente da Fifa, João Havelange, vangloriou-se de que o futebol gerava 225 bilhões de dólares por ano (GALEANO, 1997 *apud* GIULIANOTTI, 1999:116).

João Havelange, que já teve um campeonato brasileiro modificado em sua homenagem em 2000, declarou ainda que

seu sucessor herdaria contratos no valor de 4 bilhões de dólares em 1998. No verão de 1997, a indústria do futebol europeu foi estimada em 10 bilhões de dólares. Os analistas financeiros de Londres, Deloitte e Touche, incluíram cinco clubes europeus confortavelmente em uma elite com negócios anuais de mais de 40 bilhões de libras esterlinas. O Bayern de Munique, o Milan, a Juventus e o Barcelona foram todos dirigidos pelo Manchester United e seu orçamento de mais de 50 milhões de libras esterlinas (que aumentaram para cerca de 90 milhões um ano depois). Eles se juntaram, então, a muitos outros clubes importantes, tais como o Borussia Dortmund, a Internazionale e o Atlético de Madri. (GIULIANOTTI, 1999:116)

Como nos mostrou Giulianotti (1999), organizadores e patrocinadores dos jogos de futebol movimentam anualmente bilhões de reais. Mas há quem ainda lucre mais ainda com os negócios futebolísticos: quem participa dos jogos, ou seja, jogadores e, principalmente, os clubes; os meios de comunicação em massa que são responsáveis pela cobertura das partidas e demais eventos que circundam o meio futebolístico.

Os clubes do futebol mundial já se tornaram marcas sinônimas de luxo e qualidade. Assim como são poucos os que nunca ouviram falar em BMW ou Sony, também é raridade quem desconhece Real Madrid e Flamengo. Quem tem mais de 30 anos de idade pôde presenciar a transição dos clubes de futebol para a modalidade de empresas do futebol, já que, assim como as equipes brasileiras, “na maioria das nações européias, os clubes de futebol são organizações de propriedade privada, em que um pequeno número de grandes acionistas controla a diretoria” (GIULIANOTTI, 1999:117).

2.2 AS RELAÇÕES ENTRE TORCEDORES E O FUTEBOL

Todos aqueles valores mencionados por GIULIANOTTI (1999) só circulam devido a um fator fundamental, sem o qual a profissionalização do futebol seria uma utopia. Sejam eles telespectadores (os que assistem as partidas pelos televisores) ou público (os que de fato freqüentam os estádios), o fato é que são os torcedores os principais agentes da capitalização

do futebol, mesmo que por diversas vezes não se tenham dado conta disto, pois estavam extasiados pelo prazer que uma partida com duas horas de duração pode causar.

O futebol é um ópio da sociedade brasileira, do mesmo modo que o domínio do econômico é sua base. Como se futebol e economia fossem realidades exógenas, que pudessem existir em isolamento da sociedade. Deste ângulo, o futebol é visto como um modo de desviar a atenção do povo brasileiro de outros problemas mais básicos. (DA MATTA, BAETA, GUEDES, VOGEL, 1982: 21)

Esta comparação do futebol com uma substância alucinógena surgiu durante a ditadura militar. Durante o regime, os militares usavam de músicas e propagandas motivacionais, sempre enaltecendo a força do povo brasileiro. A Copa do Mundo de 1970, conquistada pelo Brasil, foi aproveitada como mote para propagandas em prol dos governantes. O bom desempenho da Seleção Brasileira era equiparado aos avanços da sociedade brasileira. Assim, a população acreditava em seu país, não se importando com as atrocidades que aconteciam, pois o talento de jogadores como Pelé e Zico a fazia esquecer dos problemas da nação.

Não é à toa que a sociedade brasileira considera o futebol um assunto básico. Após uma semana de trabalho duro, assistir a uma partida serve como anestésico, provocando uma falsa sensação de felicidade. A “droga” futebolística ajuda a apaziguar as maiores dores ou desilusões, ou então criá-las. Por este esporte, já se chorou, festejou, sorriu e matou. Apesar de ser devidamente embasado em regras que, em suma, são pouco flexíveis, os aspectos deste esporte transcendem o campo da razão. Confunde-se o esporte com a religião: assim como se vai à missa todo domingo, se vai ao estádio também.

Uma relação histórica e simbólica é identificada entre religião e esportes, principalmente o futebol. Considera-se que o jogo moderno substituiu a religião como instituição¹ que une as pessoas, ao mesmo tempo que deu origem ao estado de êxtase emocional anteriormente associado à cerimônia religiosa. (...)Inevitavelmente, o futebol expressa os conflitos religiosos e as desigualdades existentes no mundo. O próprio calendário do futebol é preparado tendo em mente mais os momentos sagrados ocidentais do que os orientais. (GIULIANOTTI, 1999: 34)

¹ No capítulo 3 será discutido como a Instituição Imprensa se aproveita do Futebol para realizar esta socialização.

Se já são poucos os meios de se aliviar do estresse causado pela dura rotina que assola a maioria dos trabalhadores brasileiros, inexistem tópicos que alegrem mais um brasileiro do que o esporte nacional. E esta importância é reconhecida pelo povo. Falar de futebol não é apenas um assunto aleatório, como é, por exemplo, falar das condições do tempo.

Creio que esse é um importante dilema da sociedade brasileira que o jogo de futebol, ou melhor, que o futebol enquanto jogo permite colocar em foco como uma dramatização muito popular. Não é, pois, por acaso que, no Brasil, apreciações sobre futebol sejam classificadas como discussões. No Brasil, discutir é falar de um certo tema de modo sério. É ter que tomar um partido e não poder assumir uma atitude neutra quando se trata de um certo assunto. Assim, existem coisas, eventos e fenômenos que só podem ser discutidos. Entre eles, cito como dos mais característicos, política e futebol que, muito significativamente não são considerados assuntos que possam ser apreciados por mulheres. De fato, no Brasil fala-se de dinheiro e de mulheres, mas se discute futebol e política. Tudo o que é sério e apaixonado, é discutido e jamais falado. (DA MATTA, BAETA, GUEDES, VOGEL. 1982: 27)

De fato, mais do que praticado, o futebol é muito discutido pelos brasileiros. Mesmo aqueles que, por ventura, nunca tenham pisado num estádio, costumam participar das conversas sobre placares das partidas e qualidades dos jogadores. O fato de que esses que não vão ao campo prestigiar determinado time, consigam dialogar com os demais torcedores em tom de igualdade ou até superioridade de detalhes, é explicado por Toledo (2002):

Outro tema muito abordado é o futebol, sobre o qual todos têm sempre algo a dizer. Este é um dos poucos assuntos constantes (...) que dá margem a conversas demoradas entre membros de subgrupos diferentes, e permite a participação até mesmo de <<estranhos>>. O interessante – já que futebol é assunto de conversa em quase todas as camadas sociais no Brasil – é que poucos são aqueles que vão pessoalmente a algum jogo, e raríssimos os freqüentadores assíduos dos estádios. Toda a informação sobre o tema provém dos jornais, rádio (principalmente) e televisão' (MACHADO da SILVA, 1978:101 *apud* TOLEDO, 2002: 247)

Sendo assim, a mídia é um fator externo que interage diretamente com o esporte favorito do povo brasileiro. Faz-se necessário, então, identificar como ocorre esta relação.

2.3 O FUTEBOL NA MÍDIA

As mídias que divulgam o futebol são uns dos agentes que mais lucram com o esporte. Logo, para entender como o esporte adquiriu esta importância para a sociedade brasileira “[...] seria necessário trabalhar com a recepção do futebol nas mídias, pois é sobretudo por meio delas que a modalidade esportiva, de fato, alcança efetivamente a massa mais alargada de torcedores, se comparando com o público que aflui nos estádios.” (TOLEDO, 2002:18).

É comum no nosso estado, Santa Catarina, encontrar torcedores de times paulistas, cariocas, mineiros e gaúchos. Este fenômeno explica-se em parte pela migração de famílias de outros estados para o solo catarinense, especialmente os provindos do Rio Grande do Sul. Outra grande parte dos torcedores dos times de fora do estado adquiriram a afinidade com determinado clube com ajuda da mídia. Estes costumam se reunir para freqüentar jogos cujos seus times por ventura venham a realizar contra os times catarinenses, porém, mais comumente, os torcedores se reúnem para assistir as partidas pela televisão. Aproveitando a oportunidade, os proprietários de bares – apreciadores de futebol ou não – com a intenção de atrair fregueses, misturam nas decorações dos estabelecimentos diversos adereços ligados aos clubes, assim como

televisões, geralmente destinadas a fruições dos torcedores freqüentadores, fundamental para reunir e mobilizá-los em torno de uma partida e de seu consumo ampliado. Comumente esses aparelhos ficam suspensos em suportes nas paredes e ‘competindo’ com outros elementos igualmente muito recorrentes nesses espaços, para além das prateleiras de bebidas, tais como imagens de santos ou entidades de catolicismo popular ou dos cultos afro-brasileiros, dispostas em pequenos oratórios destinados às devoções cotidianas. (TOLEDO, 2002:261)

Esse é apenas um dos exemplos de como o futebol atinge a economia nacional, direta ou indiretamente, servindo como agente integrador de pessoas e, ao mesmo tempo, impulsionando o consumo ao redor de estabelecimentos que transmitem as partidas.

Seja num estabelecimento comercial, como um bar, seja na sala de uma residência, os meios de comunicação se fazem presentes nesta relação de torcedores e esporte. Assim constrói-se um vínculo da população com o futebol. E com a mídia também. “As mudanças na maneira de ver, ouvir e gostar de futebol obviamente que estão nuançadas também pelos meios de comunicação, fato que se observa para todo o conjunto das modalidades esportivas” (BOURDIEU, 1997 *apud* TOLEDO 2002:18).

Sociólogos e torcedores temiam os efeitos que a mídia poderia impor ao esporte: “A oposição à influência crescente da televisão centrou-se em seus efeitos nitidamente negativos sobre o futebol. A crítica mais constante é de que o futebol vai se tornar igual ao esporte americano, em que a televisão ‘controla o tempo e o horário do jogo’” (BRAILSFORD, 1991:156 *apud* FOER, 2004: 126).

O que em 2004 era temor por parte dos pesquisadores ingleses, em 2002 já era retratado como fato em solo brasileiro. O futebol, assim como outras modalidades esportivas, procura “uma simbiose com seu público com base nesses meios, alterando, até mesmo, o núcleo das regras no intuito de adequar, por exemplo, o tempo da competição ao tempo das mídias, viabilizando e contemplando um uso mais ampliado do *marketing* esportivo no interesse dos patrocinadores” (TOLEDO, 2002:18).

A exemplo disso, hoje uma partida de futebol só se inicia quando a televisão está pronta para transmiti-la. Para atrasar o jogo é comum cinegrafistas ficarem no meio do campo realizando tomadas que poderiam ser feitas fora das quatro linhas.

O poder da mídia na transmissão do esporte não se restringe ao controle dos horários dos jogos, mas também à utilização de efeitos especiais, os chamados “tira-teimas” para tirar dúvidas sobre uma jogada, ou simplesmente dar - lá uma atenção maior.

Ainda que a mídia filtre esse futebol e estabeleça com os torcedores uma relação mediatizada por discursos e aparatos tecnológicos persuasivos, a construção de tais relações entre estes atores só pode ser compreendida porque este futebol também é de domínio de uma semântica popular, de senso comum. E que, de certo modo, tais poderes da mídia encontram seus limites justamente num jogo de representações nem sempre consensual, dos ‘cartolas’ e patrocinadores poderosos, passando pelos próprios cronistas, aos mais humildes dos torcedores. (TOLEDO, 2002:18)

Ainda que Toledo (2002) afirme que o domínio do assunto “futebol” por parte dos torcedores sirva de escudo para eventuais manipulações midiáticas, ele reconhece que nem todos estão imunes. Principalmente após o advento da televisão, pois “Um aspecto diferenciador fundamental entre os meios, seja nas ‘transmissões ao vivo’, seja nas coberturas diárias dos clubes pelas TVs, é a presença da imagem que determina a natureza da cobertura.” (TOLEDO, 2002:184).

E é a através das imagens, devidamente acompanhadas de locuções e comentários, que a população conhece os jogadores. A proximidade causada pela TV pode acabar por transformar o atleta em um verdadeiro herói. A estes jogadores, Toledo dá o nome de atores do futebol e afirma que “as modalidades esportivas sempre estiveram condicionadas aos processos de inter-relação entre os atores, adequando as *formas* de jogar às emoções e apelos dos que as vivem como espectadores, ou aos interesses deliberadamente econômicos e políticos de investidores, tais como as mídias” (TOLEDO 2002:19).

Para se ter uma idéia do interesse de uma mídia na transmissão de um campeonato com relevante alcance de público, em janeiro de 2009 a RBS TV e a RIC RECORD travaram uma verdadeira batalha na justiça para ver quem iria ter os direitos exclusivos de transmissão do Campeonato Catarinense desse ano. Ambas as emissoras anunciavam em seus noticiários na TV e em seus sítios virtuais a transmissão do campeonato. Apenas um dia antes do início do campeonato, Mario Motta, apresentador do Jornal do Almoço da RBS, anunciava que a RECORD havia ganhado a batalha pela transmissão dos jogos.

Os meios de comunicação não se restringem somente em “filtrar” o futebol visto pelo telespectador. Alguns buscam que o jogo siga conforme seu próprio interesse, interferindo diretamente na composição das equipes. “Com uma simples vitória do grande clube River Plate sobre o Velez Sarsfuekd, a T y C movimentou-se para comprar o melhor jogador dos adversários na partida final contra o River, Argentinos Juniors, e o vendeu para o River – que oportunamente venceu a partida e foi confirmado campeão.” (GIULIANOTTI, 1999:128).

Até onde se sabe, as emissoras brasileiras não chegaram a tal ponto, mas a T y C foi mais longe e ampliou as fronteiras de sua ação por todo o Mercosul:

No âmbito nacional, há suspeita de que os resultados das partidas podem ser diretamente influenciados pelos interesses da televisão. Na América Latina, isso já

ocorreu. A empresa argentina T y C tem direitos exclusivos de transmitir jogos ao vivo na Argentina, no Uruguai, no Paraguai e no Chile. Seu contrato com a Federação Argentina, estranhamente, é válido até 2011, possibilitando à T y C televisionar quatro partidas ao vivo todo fim de semana, de sexta a segunda-feira. Isso desperta o público no sentido de que a perseguição dos telespectadores pela TV induzirá em favor dos principais clubes e acabará com a integridade da competição. (GIULIANOTTI,1999:127)

Também no México foi notada a interferência direta dos meios de comunicação. O alvo, porém, não foi nenhum clube local, mas sim a Seleção Mexicana em plena Copa do Mundo.

A Televisa controla três grandes clubes da nação, mantém os direitos das partidas da seleção nacional e é dona do Estádio Azteca. Em meados da década de 1990, considerou-se que a seleção foi manipulada pela empresa. O manager do time mexicano, Bora Milutinovic, foi favorecido pela Televisa; a simpatia foi retribuída em parte por sua curiosa recusa de selecionar o principal artilheiro da nação (Hermosill), que jogava para um clube de propriedade de uma rede concorrente. (GIULIANOTTI, 1999 :127)

A mídia, assim, se mostra com um poder muito grande de interação com o futebol. Mas não é somente por meio dos jogadores que um agente externo pode atuar. Sobre os juízes, também pesa a suspeita. Logo, interessa-nos contextualizar a arbitragem.

2.4 A DESCONFIANÇA NA ARBITRAGEM

Uma partida oficial precisa de pelo menos 25 pessoas em campo para ser iniciada. Mesmo sendo os 11 jogadores de cada lado os principais responsáveis pela realização do esporte, o árbitro principal e seus dois auxiliares não deixam de ser extremamente relevantes. Da mesma maneira que se espera o máximo de vontade e habilidades dos jogadores, a torcida costuma também não abrir mão de uma arbitragem satisfatória, já que “de acordo com a ética tradicionalista do futebol, a corrupção do trio de arbitragem da partida provavelmente é mais chocante do que a dos jogadores. A noção de que o árbitro e seus assistentes são ‘imparciais’ é a pedra angular de qualquer jogo” (GIULIANOTTI, 1999 :134).

A partir disso, podemos afirmar que o futebol desperta uma série de discussões sobre a sua credibilidade, em virtude da desconfiança de que os interesses midiáticos possam interferir no espetáculo mais apreciado no cenário nacional. Partidas podem ser manipuladas pela troca de jogadores – a exemplo do caso River Plate, lembrado acima – ou pela interferência dos árbitros. Os erros de arbitragem não demoraram a serem considerados elementos intrínsecos de uma partida de futebol, como ironizou o cronista Nelson Rodrigues: “Na crônica ‘O Juiz Ladrão’ esclarece: ‘[...] O profissionalismo torna inexequível o juiz ladrão. E é pena. Porque seu desaparecimento é um desfalque lírico, um desfalque dramático para os jogos modernos [...]’” (RODRIGUES, *Manchete Esportiva*, 31/13/55 apud TOLEDO, 2002:164).

Se não era surpresa que em 1955 a figura do “juiz ladrão” já existisse, não é menos surpresa que ele não desapareceu como previa Nelson Rodrigues. E realmente é difícil que não se levantem suspeitas, ainda que ocasionais, contra os árbitros de futebol. O próprio sistema de remuneração de juizes beneficia este descrédito por parte da população.

No entanto, o sistema de pagamento dos árbitros acaba com sua imparcialidade. Em vez de receber uma soma padrão por partida, os árbitros brasileiros são pagos com uma porcentagem da renda de bilheteria, o que os estimula a evitar serem hostis aos clubes dos melhores torcedores. Grandes clubes tipicamente vencem partidas decisivas controversas contra times menores. Quando dois rivais se encontram, o árbitro batalhará para parecer imparcial e, assim, ‘equilibrar’ qualquer desvantagem encontrada durante os jogos. Por exemplo, se um jogador for expulso, o time contrário tem muita probabilidade de perder um jogador pela menor das faltas, de modo que nenhum time obtenha grande vantagem sobre o outro. (GIULIANOTTI, 1999:134)

Outro fator que põe em xeque a execução da arbitragem é a própria atuação dos jogadores, colocando em cena a arte da manha, da ginga e da malandragem:

As reclamações e a malandragem ainda podem fornecer vantagens decisivas nas partidas. Jogadores se atiram no chão na esperança de induzir o árbitro a marcar uma falta. Contestam cada decisão, calculando que podem gerar dúvidas suficientes para ganharem uma compensação em outro momento do jogo. Depois de cada gol, a defesa levanta os braços em sinal de protesto, como se esse gesto pudesse forçar o auxiliar a erguer a bandeira marcando impedimento. (FOER, 2004:150)

A questão da “atuação” de jogadores e árbitros não é recente, muito menos de origem brasileira. O continente europeu abriga os casos mais conhecidos mundialmente, dentre eles o do famoso algoz italiano, Paolo Rossi, o qual havia marcado três gols que eliminaram o Brasil na Copa do Mundo de 1982. Apenas dois anos antes deste jogo, Rossi havia pegado uma suspensão de cerca de 600 dias por participar de um esquema de compra de resultados por parte da Juventus no campeonato italiano. Em 1999 “o jornal Gazzetta dello Sport expôs que o A.S. Roma tinha dado a cada um dos principais árbitros italianos um Rolex de 13.500 dólares, no evento que foi denominado ‘A Noite dos Relógios’. Segundo a reportagem, nenhum dos juízes devolveu o presente.” (FOER, 2004:150).

Em 2006, ainda no campeonato italiano, foi descoberta uma grande rede de fraudes. Como resultado, quatro grandes times italianos foram penalizados.

A Gazzetta dello Sport, que não revela suas fontes, prevê que a Juventus de Turim será o clube com a punição mais severa. Além da queda para Série B, a equipe será penalizada em 20 pontos no campeonato. O jornal acrescenta que a Fiorentina será rebaixada para Série B com uma penalização próxima aos 10 pontos. A Lazio começaria a competição com seis ou sete pontos negativos. O Milan, presidido pelo magnata Silvio Berlusconi, seria o único clube a permanecer na divisão de elite, mas perderia o direito de disputar a Copa dos Campeões e começaria o campeonato com uma desvantagem de 10 a 15 pontos. (<http://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u105906.shtml>. Acessado em 31/08/09)

A mídia italiana, vendo que o esporte tão admirado nacionalmente – e até internacionalmente, já que o campeonato italiano é uma das competições mais disputadas para a transmissão nacional – estava com sua credibilidade seriamente ameaçada, decidiu não tratar o tema na forma de omissão. O segredo foi denunciar as falhas e colocar os juízes na posição de réus, chamando a atenção para eles.

Os árbitros alcançaram essa notoriedade porque a mídia italiana devota uma atenção cuidadosa a cada cartão amarelo aplicado e a cada entrada faltosa ignorada. Os jornais usam sistemas de atribuição de estrelas para julgar os juízes, tal como fazem com restaurantes ou filmes.(...) Um programa de televisão de elevada audiência intitulado IL PROCESSO reúne um júri de jornalistas e ex-jogadores que diseca as minúcias de decisões controversas. Para julgarem os juízes, os jurados utilizam um arsenal de ferramentas tecnológicas. O super *slow motion* pode mostrar que um jogador estava 16 centímetros além da linha de impedimento.(FOER, 2004:148)

Este formato de programa é atualmente empregado nos canais a cabo brasileiros, mais precisamente na SPORTV, que costuma analisar arbitragens de jogos válidos pelos campeonatos estaduais ou nacionais, e pela ESPN, que apesar de analisar algumas partidas nacionais, tem o seu foco nas ligas européias. Entretanto, nestes programas, assim como nas transmissões de jogos ao vivo, raramente se critica a arbitragem de uma maneira ampla, apenas pontuando determinado árbitro por determinada falha. Raramente se vê a arbitragem brasileira posta em xeque, salvo casos, por exemplo, de jogos válidos por divisões inferiores. É comum radialistas justificarem determinada atuação de juiz como “arbitragem de série B”.

Portanto, neste capítulo, pudemos observar que o futebol em âmbito mundial, mas especial em solo brasileiro, não se limita a ser apenas mais um esporte. Ele é atravessado por uma série de fatores e interesses externos, ou seja, o que entendemos como futebol hoje, na nossa sociedade, é determinado por certas condições de produção, que se relacionam com a história, com a política, com a economia e com as instituições que a integram.

Já foi possível perceber também que no Brasil, talvez, o fator que mais se relaciona com o futebol seja a mídia. Sendo assim, se faz necessário uma análise dos meios de comunicação, levando em conta sua história, suas características e sua participação ao longo da história brasileira.

3 O PODER DA MÍDIA E A ÉTICA JORNALÍSTICA

A história do mundo não pode ser contada sem se levar em consideração os meios de comunicação vigentes em determinada época. Na Roma Antiga, por exemplo, existia uma espécie de noticiário matinal, o qual era lido todo dia aos berros por um empregado a serviço do Senado. Era através destes anúncios que os camponeses ouviam, inertes, que tiranos haviam tomado o poder. Uma vez anunciado pelo noticiador oficial da capital, o fato era tido como normal.

O Nazi-facismo não seria o mesmo sem a rádio para propagar os discursos inflamados de seus comandantes. O mesmo se deu na década de 30, com Getúlio Vargas propagando no Brasil suas idéias até então revolucionárias. Porém, os meios de comunicação não serviram somente como meios de dominação ao longo da história.

Ninguém nega a indispensável função da comunicação de massa numa democracia, pelo contrário. A informação continua sendo essencial ao bom andamento da sociedade, e sabe-se que não há democracia possível sem uma boa rede de comunicação e sem o máximo de informações livres. Todo mundo está de fato convencido de que é graças à informação que o ser humano vive como um ser livre. E, não obstante, a suspeita pesa sobre a mídia. (BOURDIEU, 1997:24)

Todavia, em algumas nações, a comunicação não se desprende de suas origens. A Televisão brasileira caracteriza-se por sua importância para a população. Em milhares de moradias pode-se encontrar uma TV, quando nem mesmo há uma geladeira no imóvel. Este alcance faz com que se espere deste meio de comunicação um importante interlocutor entre pessoas e a ficção, mas, principalmente, entre o ser humano e a realidade que o cerca em todas as esferas.

Esquemáticamente, pode-se abordar a televisão (da mesma forma do que qualquer outro meio) de duas formas distintas. Pode-se tomá-la como um fenômeno de massa, de grande impacto na vida social moderna, e submetê-la a uma análise de tipo sociológico, para verificar a extensão de sua influência.(...) Mas também se pode abordar a televisão sob um outro viés, como um dispositivo audiovisual através do qual uma civilização pode exprimir a seus contemporâneos os seus próprios anseios e dúvidas, as suas crenças e descrenças, as suas inquietações, as suas descobertas e os vôos de sua imaginação. Aqui, a questão da qualidade da intervenção passa a ser fundamental. (MACHADO, 2001:10)

Como de praxe em outros países capitalistas, o Brasil, ou melhor, a mídia brasileira trata a cultura como produto. Isto faz com que a TV, por exemplo, transforme o cotidiano em mercadoria - imprimindo suas ideologias voltadas para o consumo e para a padronização de estilo e pensamento - ao filmá-lo e transmiti-lo aos telespectadores.

É indiscutível que as modernas sociedades de consumo ocidentais, dentre as quais nos incluímos, estejam vivendo em seus modelos atuais uma fase na qual predomina a *cultura do espetáculo*. Isto significa que nosso modo de experimentação da realidade, desde a emergência das tecnologias de comunicação que foram inauguradas, quem sabe, com o cinema, sofreu profundas alterações. Na década de sessenta, Guy Debord procurou sistematizar a crítica destas novas formas de sociabilidade engendradas pelos meios de comunicação, quando afirmou que o espetáculo assume sua expressão nas práticas sociais, e que seu poder está sedimentado em todos os produtos da cultura midiática, sejam eles representativos da esfera do entretenimento (como nos exemplos do cinema e da música) ou da informação e consumo (casos do jornalismo e da publicidade). (KOFF 2003:09)

A transformação fica evidente quando a imagem a ser mostrada vira objeto de barganha entre meio de comunicação e seus respectivos patrocinadores. Acordos milionários podem fazer com que uma realidade seja construída para atrair investimentos. Verifica-se o exemplo dos eventos esportivos, os quais as mídias passam a noticiar mais enfaticamente (Ex: Futebol Feminino) a partir do momento que existe algum patrocinador interessado em determinada modalidade.

Para atender a produção criam-se normas de convivência em que essa exigência se disfarça na experiência da simulação. Como estrutural que é, não pode ser simplesmente afastada, trata-se então de envolvê-la na estratégia do simulacro, onde a necessidade da produção é ‘vendida’ como a necessidade do sujeito, onde a estetização da existência pode torná-la desvinculada de uma ação referida ao mundo real, onde se possa prescindir da simbolização como mediadora entre o real e o imaginário. (LACOMBE *in* KOSOVSKI, 1995:96)

A construção de realidade, via mídia, é um dos principais pontos discutidos por jornalistas, comunicadores e sociólogos. Os meios de comunicação tornaram-se ponto de referência. Quando algum acidente ocorre, não raramente, é a emissora de rádio ou de TV que recebe a primeira chamada. Parece imprescindível a exposição do fato na tela da televisão, como se, de alguma forma, com a mera retratação do fato resolve-se de pronto o problema.

Não seria exagero dizer que a comunicação constrói a realidade. Num mundo todo permeado de comunicação – um mundo de sinais – num mundo todo teleinformatizado, a única realidade passa a ser a representação da realidade – um mundo simbólico, imaterial. Isso é tão verdade que na linguagem do dia-a-dia já se podem ouvir frases como estas: ‘Já acabou a greve?’ E se alguém pergunta por que, a resposta é: ‘Deve ter acabado, pois o jornal não diz mais nada...’, ou: ‘A televisão não mostrou mais nada...’ A conclusão a que chegamos é a de que alguma coisa, ou deixa de existir, à medida em que é comunicada, veiculada. É por isso, conseqüentemente, que a comunicação é duplamente poderosa: tanto porque pode criar realidades, como porque pode deixar que existam pelo fato de serem silenciadas. (GUARESCHI, 1993:14)

Um meio de comunicação poderia inventar, por exemplo, um país em um dia, bastando que se transmitissem imagens de um local novo – produzido em estúdio ou apenas algum ponto do globo não conhecido pelo telespectador – com um repórter inventando informações que dessem base para esta “construção de realidade”. Porém, da mesma maneira que possa parecer simples construir algo, pode-se fazer o inverso. A desconstrução de realidade também preocupa:

Os Meios de Comunicação se tornam o meio e o espaço privilegiado onde a cultura é criada, fortificada, reproduzida e retransmitida, dum lado; como podem se tornar paradoxalmente o espaço e o meio onde essa cultura é negada, descaracterizada, transformada e dominada para servir a outros interesses que não são os do próprio povo. Tornam-se novos ‘cavalos de Tróia’, dados como presentes, mas carregando dentro de si o veneno que contaminará as mentes e os corações de inúmeras populações, sem defesa e sem resistência.(GUARESCHI, 1993:18)

Podendo criar ou eliminar realidades, moldando o que se tem por verdade conforme exige o investidor ou a seu próprio interesse, faz com que o comunicador tenha uma posição privilegiada quanto aos fatos. Ele consegue, com o consentimento, consciente ou não, do telespectador, escolher o que este pensará sobre determinado assunto.

[...]podemos também afirmar que quem detém a comunicação, detém o poder. Se é a comunicação que constrói a realidade, quem detém a construção dessa realidade detém o poder sobre a existência das coisas, sobre a difusão das idéias, sobre a criação da opinião pública. “(GUARESCHI, 1993:14)

Todo este poder, dado ou criado pela mídia, permite que ela estabeleça padrões, para a sociedade, de pensamento e comportamento. Além de poder criar ou anular um fato, uma câmera de TV pode restringir ao telespectador apenas uma visão interessante do que está acontecendo. Para Bourdieu, os “jornalistas tem ‘óculos’ especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado” (BOURDIEU, 1997:25).

Antes do advento da Internet, o que ocorreu no Brasil apenas na metade final da década de 90, o único meio de se confrontar uma realidade criada por uma emissora “A” seria assistir uma emissora “B” que mostrasse um outro ângulo daquele fato. É aí que surge uma forma de disputa por poder. Cada patrocinador quer que algo seja ou deixe de ser mostrado pela TV.

A mídia está sujeita a uma concorrência cada vez mais feroz; as pressões comerciais se intensificam. Muitos quadros dirigentes da mídia vêm doravante do universo empresarial e não

mais do mundo jornalístico. Eles são menos sensíveis à veracidade da informação. Aos olhos deles, o *news business*, o mercado da informação, é antes de tudo um meio de gerar lucros. (BOURDIEU, 1997:15)

Este fenômeno de dominação do pensamento, utilizado como consequência na busca por lucros com propagandas, fez com que muitos denominassem a mídia como “Quarto Poder”:

E, neste contexto, o que dizer da imprensa, da informação, que eram consideradas por tanto tempo como o ‘quarto poder’, em oposição aos três poderes tradicionais – legislativo, executivo, judiciário – definidos por Montesquieu? Quarto poder que tinha por missão cívica julgar e aferir o funcionamento dos três outros... Pode-se ainda qualificá-lo deste modo? (BOURDIEU, 1997:39)

É estabelecido uma hierarquização de poderes, sendo que a economia desponta como principal ou mais forte, seguido pela mídia e somente depois estariam posicionados o Legislativo, o Executivo e o Judiciário.

Já se tornou lugar-comum dizer que a comunicação é o quarto poder. Esta afirmação – paremos – só seria falsa não pelo fato de a comunicação não ser um poder, mas pelo fato de que ela não seria o quarto, mas sim o primeiro e o mais forte dos poderes. (GUARESCHI, 1993:13)

BORDIEU(1997) satiriza com a questão por não considerar a existência de quatro poderes, mas sim de cinco. E a imprensa não seria apenas o último deles:

Na realidade, o primeiro poder hoje é claramente exercido pela economia. O segundo (cuja imbricação com o primeiro se mostra muito forte) é certamente midiático – instrumento de influência, de ação e de decisão incontestável – de modo que o poder político só vem em terceiro lugar. (BOURDIEU, 1997:40)

Como um poder já consolidado - seja ele o quarto, o segundo ou ainda o “primeiro e o mais forte dos poderes” como assinala GUARESCHI (1993) – a mídia como construtora de realidade não é um mero fenômeno da sociedade. Em diversos países, e aqui se inclui o Brasil, ela é um dos pilares da nação.

Por outro lado, é também conhecido o poder de longo prazo da mídia na construção da realidade por meio da representação que faz dos diferentes aspectos da vida humana. A maioria das sociedades contemporâneas pode ser considerada centrada na mídia (*media-centered*), vale dizer, são sociedades que dependem da mídia – mais do que da família, da escola, das igrejas, dos sindicatos, dos partidos etc. – para a construção do conhecimento público que possibilita, a cada um de seus membros, a tomada cotidiana de decisões. Por isso não se pode reduzir a importância das comunicações apenas à canais neutros. Ao contrário,

são construtoras de significação. Também por isso, a concentração da propriedade e do controle das comunicações; e uma questão que ultrapassa, em muito, a dimensão econômica. (LIMA, 2004:113)

Essa dependência da mídia é comum em sociedades onde o poder midiático e o econômico se fundiram na forma de conglomerados, colocando em risco a própria democracia, o interesse público e o princípio ético do bem comum. Não raro, outros poderes públicos (Legislativo, Judiciário, Executivo e até Ministério Público) e privados (empresas nacionais e internacionais) também participam desta constituição.

3.1 OS CONGLOMERADOS

Mesmo tendo-se em conta o poder da mídia, ela não se estabelece como um poder facilmente ou em um curto espaço de tempo. Antes dela poder construir a sua visão da realidade, sua importância e credibilidade deve ser demonstrada (construída) para o povo. E, para tal, muito dinheiro precisa ser investido.

Uma das maiores redes de mídia brasileira é a Abril, proprietária da revista *Veja*, a qual será utilizada na análise do *case*. Importante formadora de opinião no Brasil, esta publicação desponta como a de maior tiragem no país. Todavia, ela não é vista como um exemplo a ser seguido nas academias de Comunicação no país, sendo, inclusive, objeto de análise de diversos TCC's que abordavam temas como sensacionalismo e parcialidade. Um forte questionamento é realizado por Luis Nassif, ex-repórter da revista². A própria página do Grupo Abril nos traz uma idéia desse poderio.

A Abril continua em plena transformação e, com o habitual pioneirismo, anunciou a sociedade com o grupo de mídia sul-africano Naspers, em maio de 2006, que passou a deter 30% do capital do Grupo, incluindo a compra dos 13,8% que pertenciam aos fundos de investimento administrados pela Capital International, desde julho de 2004. Hoje a Abril publica mais de 300 títulos, que chegam a 28 milhões de leitores. A Gráfica utiliza processos digitais e imprime cerca de 350 milhões de revistas por ano. Com todos os seus *sites*, atinge cerca de 198 milhões de *pageviews* ao mês, e os jovens espectadores da MTV chegam a 50 milhões ao mês.
(http://www.abril.com.br/br/conhecendo/conteudo_43902.shtml. Acessado em 14/11/09)

² <http://luis.nassif.googlepages.com/>

Fenômeno freqüentemente visto no mundo atual são as fusões de empresas, que atuam na mesma linha ou não (Ex: indústria de calçados, alimentos, prestadora de serviços), visando mais lucro e, não raramente, a eliminação de concorrência.

Tal estrutura combinada de comunicação ou mídia cruzada ganhou complexidade num emaranhado de interesses que se vinculam à lógica do mercado e da globalização. Assim, as empresas antes consideradas estritamente jornalísticas adquirem ou se associam a outros ramos da comunicação, como o da telefonia fixa ou celular, o das redes e sub-redes de computadores, o da transmissão de dados ou correio, o do entretenimento. Mais ainda: compram ou associam-se a empresas de fora do setor de comunicação, como o armamentista, o banqueiro e o agropecuário, entre muitos outros. (KARAM, 2004:227)

Quando duas empresas de setores diferentes se fundem, é quase natural que se busque provocar uma relação que as una. O caso das empresas jornalísticas não é diferente.

Um marco desta tendência foi a fusão da Time (empresa jornalística) com a Warner (entretenimento). O jornalismo, pouco a pouco, foi mudando de lugar: o que antes eram empresas independentes começou a se transformar em departamentos no interior dos grandes conglomerados da mídia. Mais os jornalistas dessas empresas passaram a ter também, como objetos do seu interesse, de sua cobertura e de sua análise, produtos culturais – filmes, CDs, vídeos e livros – gerados por seus empregadores. (BUCCI 2000:118)

O jornalismo, considerado por muitas constituições internacionais (ex: Argentina) como serviço de interesse público, logo se revela como um possível meio de geração de lucros. Um bem que antes era público, agora é visto como mais um bem privado, uma reserva de matéria-prima pronta para ser explorada.

'Controlar a toda a rede', eis a ambição dos novos colossos das indústrias da informação que, para chegar lá, continuam a multiplicar as fusões, as aquisições e as concentrações. Na lógica deles, a comunicação é em primeiro lugar uma mercadoria que se trata de produzir em massa, prevalecendo a quantidade sobre a qualidade. (BOURDIEU, 1997:128)

As disputas financeiras, que agora não se limitam apenas ao setor econômico, há muito transcenderam as linhas divisórias dos continentes. Apesar de ser considerado um país de terceiro mundo, o Brasil, ou mais precisamente a mídia brasileira, atraiu a atenção das grandes empresas estrangeiras.

Na área da programação de TV, os principais grupos brasileiros de TV aberta e paga vêm, há algum tempo, trabalhando com parceiros estrangeiros por meio da celebração de parcerias e *joint ventures* com os maiores conglomerados mundiais de entretenimento para a produção de programas. A Globosat, por exemplo, programador dos canais pagos das Organizações Globo, tem parcerias com a Telecine, com o Canal USA, com a Fox Sports, com a Portusat e com os vários grupos internacionais que constituíram o Canal Futura. (LIMA *apud* CASTRO, 2004:94)

Prova disto é a história da TV no território brasileiro. Menos de 20 anos após a fundação da primeira emissora, grandes empresas internacionais já estavam investindo pesado na mídia brasileira. Na verdade, a concessão de uso do espaço público pela mídia, para fins de responder aos interesses da população, ficou ofuscada desde então. Passando pela Constituição de 1988, os processos eleitorais e até o momento em que se processa timidamente o I Conferência Nacional em vista da Democratização da Mídia (CONFECOM), cujo processo é mais uma vez boicotado pelas grandes redes. Alguns desses aspectos podem ser constatados na história da TV no Brasil.

3.2 A TELEVISÃO NO BRASIL: DISPUTAS POR LUCRO E PODER

A TV veio ao Brasil na década de 50, por meio de Assis Chateaubriand, então proprietário de uma grande rede de jornais, revistas e rádios pelo território nacional, conhecida como Diários Associados. Chamada de TV Tupi, a primeira emissora nacional alcançava poucos lares – apenas aqueles de poderosos que haviam recebido uma TV de presente de Chateaubriand - devido ao seu alto custo e também a escassez de produto à venda nas lojas.

Ainda nos anos 50, Roberto Marinho, detentor do poderoso jornal O Globo, além de diversas rádios e outros jornais, funda também a sua própria emissora: a Rede Globo de Televisão. A Globo é, até hoje, uma TV de caráter liberal, a favor da livre iniciativa e da disputa pelo mercado. Logo, não tardou a despertar o interesse dos conglomerados estrangeiros.

Em 1964 se instalou o regime militar no Brasil, o que foi um duro golpe para os Diários Associados. Não obstante a nova censura que reinava na imprensa brasileira, Assis Chateaubriand, então sofrendo de graves problemas de saúde, sobreviveria o suficiente para ver a artimanha que faria o seu império desmoronar.

O Conglomerado Time-Life, que abriga entre suas empresas a Warner Brothers, investiu pesado na TV Globo para que ela se modernizasse o suficiente para superar qualquer concorrência. Este tipo de investimento à época era ilegal, mas mesmo com os veementes protestos e denúncias dos Diários Associados, o governo dos militares fez vista grossa à manobra de Roberto Marinho.

Logo a TV Tupi fechou as portas e toda a cadeia dos Diários Associados quebrou, transformando uma grande organização de empresas jornalísticas em diversos jornais isolados por todo o território nacional. Sendo assim, a Rede Globo estava com o caminho livre para exercer seu poder.

Embora a Constituição da República Federativa do Brasil, no parágrafo quinto do artigo 220, diga expressamente que ‘os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto monopólio ou oligopólio’, o que se verifica na prática ;e exatamente o oposto. É um quadro típico nas cidades brasileiras, de grande ou pequeno porte: um só grupo pode dominar a maior emissora de TV de canal aberto, o maior jornal diário, a maior emissora de rádio AM, a maior emissora em FM, a maior empresa de distribuição de canais por assinatura, e assim por diante. (BUCCI 2000:138)

A TV Globo, então claramente favorecida pelo poder público, começou a impor o seu jeito de fazer jornalismo e programas de entretenimento. Nascia o “Padrão Globo de Qualidade³”.

Nesse quadro, o grupo que exerce o monopólio fala sozinho no espaço público, sem sofrer contestações e sem conhecer competidores econômicos, o que gera um ambiente propício para as distorções deliberadas de informação, sobretudo em época de eleições. Os meios de comunicação tornam-se cabos eleitorais. E, como não há outros veículos com igual penetração para contestá-los, as distorções informativas acontecem impunemente; não são identificadas, debatidas, criticadas e condenadas no espaço público. (BUCCI 2000:138)

Não bastasse que o poder militar tivesse como grande aliada a Rede Globo, as demais repetidoras da programação global também estavam nas mãos de pessoas atreladas ao governo. Este cenário perdura até hoje.

Se fizermos uma leitura da comunicação em um país como o Brasil, a violência ainda é muito maior. Momento a momento, a realidade das ruas é falsificada pela imagem da televisão, pela voz do rádio e pelas páginas dos jornais e revistas. Meia dúzia de ‘homens’ controla toda a lista do que devemos ser, fazer, saber e ter. Não existe totalitarismo mais perfeito. (RAMOS in GUARESCHI, 1993:08)

Findo o regime militar e extintos os Diários Associados, a Rede Globo de Televisão permaneceu no topo dos conglomerados de mídia em todos os níveis possíveis.

³ A expressão máxima da programação otimista da Rede Globo, que cumpria as orientações do regime autoritário – que certamente coincidam com os seus próprios interesses -, foi o chamado Padrão Globo de Qualidade, introduzido com a chegada da televisão em cores, em 1972, e predominante a partir de então. A opulência visual, a sanitização da imagem, a expulsão (*omissão*) de fatos importantes para a vida do país das telas de televisão são as características desses Padrão. Nas telas da Rede Globo nos anos 70, espelho fiel do caráter do regime, não existiam conflitos sociais, repressão ou pobreza. (LIMA, 2004:162)

A posição de oligopólio da Rede Globo na televisão aberta acompanha a própria história da televisão no país, a partir dos anos 1970, e constitui exemplo clássico de concentração horizontal. (...) Em todos os critérios básicos de comparação, como (1) número total de emissoras (próprias, associadas e afiliadas); (2) cobertura geográfica por municípios e por domicílios; (3) participação na audiência nacional de TV e audiência em horário nobre; e (4) alocação de recursos publicitários, a hegemonia da Globo permanece, apesar de não mais total como no passado. (LIMA, 2004:99)

Inicia-se a década de 90 e o Brasil agora via sua primeira eleição pós-ditadura. Fernando Collor, um candidato liberal, que se auto intitulava “o caçador de marajás”, foi logo escolhido pela Rede Globo como o candidato mais interessante. Uma vez eleito, Collor se viu cercado de denúncias de corrupção, ignoradas pela Globo. Somente quando um processo de impeachment era dado como certo que a emissora, junto com seus aliados políticos e econômicos, tratou do caso.

Em 1992, políticos, empresários, profissionais liberais, a imprensa e a alta magistratura uniram-se para induzir os brasileiros à crença de que o *impeachment* do presidente Fernando Collor significava a solução definitiva para todos os males nacionais. (...) Foi, sem dúvida, o mais amplo e compacto arrastão psicológico da História Humana. (...) Nunca também nenhum outro instrumento de comunicação criado pela inteligência, revelara-se com tamanho poder de ‘persuasão’ e dominação social e mental como a TV nessa ocasião. O episódio marcara, em grande estilo, a estréia da **mídia** – esta coisa hoje temida e odiada pelas consciências liberais. (...) Atuando em todos os campos políticos e econômicos do País, ela encarava sentimentos e manifestações do discernimento público com a mesma consideração dispensada por uma motoniveladora às sutilezas vegetais de um terreno desprotegido. (...) Tudo ficara liso e alinhado como a planície da vida nos projetos originais dos ditadores. (LOPES, 2001:11)

Todo este esquema de alianças se justifica se analisarmos como estava o cenário midiático brasileiro naquele ano:

O Brasil tem hoje nesse quadro de centralização, dez grupos familiares assumindo diretamente 90% da informação divulgada pelos meios de comunicação de massa. São eles: Sistema Brasileiro de Televisão (Silvio Santos), Jornal do Brasil (Bittencourt – Nascimento Britto), Manchete (Bloch), Abril (Civita), Folha de São Paulo (Frias – Caldeira), Globo (Marinho), O Estado de São Paulo (Mesquita), Bandeirantes (Saad), RBS (Sirotski) e OM (Martinez). (PEREIRA, 1992:28)

Este controle da mídia por parte de poucos grupos, majoritariamente familiares, dificilmente é discutido fora das academias de comunicação. Atualmente, sítios na *internet* como o Observatório da Imprensa⁴ e Direito à Comunicação⁵ são uma das poucas exceções

⁴ <http://www.observatoriodaimprensa.com.br>

⁵ <http://www.direitoacomunicacao.org.br>

que trazem tais debates à tona. Todavia, à época, não existia a *internet* e a população brasileira não tinha acesso a estes dados.

No Brasil, porém, onde o problema da concentração de propriedade é relativamente mais acentuado, principalmente nos meios audiovisuais, e onde o assunto não é debatido pelos meios de comunicação a não ser em circunstâncias excepcionais, uma discussão sobre imprensa que não queira se contentar com as etiquetas precisa tratar também disso. (BUCCI 2000:14)

Ressalta-se que as ondas de rádio e os sinais de televisão são concessões estatais e, como tal, possuem uma série de requisitos a serem cumpridos. Sendo assim, o Art. 49, XII da Constituição Federal afirma que é da competência do Congresso Nacional a revisão ou a concessão de emissoras de rádio ou televisão. É um quadro complicado se observar-se quantos membros do Congresso possuem concessões de mídia.

O levantamento, por ora restrito aos deputados federais, tem por base o cadastro oficial de concessionários mantido pelo Ministério das Comunicações. A lista, até agora inédita, é divulgada com exclusividade pelo Congresso em Foco. Dos 51, 13 são do PMDB, 8 do PFL, 7 do PP e 7 do PL. PSDB, PSB e PTB empatam: cada um desses partidos tem quatro deputados concessionários de rádio ou TV. Finalmente, há dois nomes do PPS, um do PV e um do PDT. (VIANA, A. <http://congressoemfoco.ig.com.br/Noticia.aspx?id=2324>. Acessado em 03/11/09)

Planificadora de opiniões, a Rede Globo se mantém no poder, guinada pela sua programação altamente recebida no solo brasileiro. Durante a semana, 4 novelas diárias, além de telejornais de manhã, de tarde e de noite. Nos fins de semana, os aclamados comediantes “Trapalhões”, além do Domingão do Faustão. Isto tudo cercado por filmes, além da força já mencionada do futebol.

Esta programação não se destaca à toa. Ela foi totalmente planejada. Enquanto em outros países, diferentes empresas participam das etapas de produção da programação, a Globo detém uma concentração vertical:

Nessa área, o melhor exemplo continua a ser a produção de telenovelas. Estudo já clássico sobre esse processo produtivo revelou como a Rede Globo possui os estúdios de gravação e mantém, sob contrato permanente, autores, atores, e toda a equipe de produção (roteiristas, diretores de programação, cenógrafos, figurinistas, diretores de TV, editores, sonoplastas etc). As Organizações Globo há muito operam uma estrutura multimídia que outros megagrupos internacionais só recentemente constituíram por meio daquilo que chamam de sinergia. Dessa forma, a Globo *produz* a novela em seus estúdios e a *distribui* (exibe) em sua rede de televisão. (LIMA, 2004:100)

Uma vez produzida a programação, outro fator que a propaga incrivelmente é o que LIMA (2004) chama de Monopólio em Cruz:

Trata-se da reprodução, em nível local e regional, dos oligopólios da ‘propriedade cruzada’, constituindo o que se chamou ‘monopólio em cruz’. Verificou-se que, na grande maioria dos estados da Federação, os sistemas regionais de comunicações são constituídos por dois ‘braços’ principais, geralmente ligados à Organizações Globo. (LIMA 2004:102)

Esta situação é marcante no estado de Santa Catarina, por exemplo. É o caso da RBS que controla a maioria dos veículos (rádio, TV e jornal) no estado, como assinala LIMA (2004): “Essa é certamente uma situação, que confere a um único grupo de comunicações e a uma equipe de comentaristas extraordinário poder. É também uma situação que não seria possível, legalmente, em vários países, entre eles a França, a Itália e o Reino Unido.”

Toda esta supremacia continuou despertando os interesses de grupos estrangeiros:

Em julho de 1995, por exemplo, as Organizações Globo, de Roberto Marinho, associaram-se ao conglomerado News Corporation, de Rupert Murdoch, maior rede do setor de comunicação do mundo, presente em mais de quarenta países. O acordo previa que a Globo controlaria os negócios da Direct Home TV no Brasil, (transmissão direta de TV por satélite para assinantes), enquanto a News Corporation seria responsável por uma empresa controladora das operações dos demais países latino-americanos. (KARAM, 2004:227)

Na década de 90, as leis brasileiras⁶ já não eram tão restritivas como durante o regime militar. Ideais nacionalistas motivaram tais restrições, “todavia, um impressionante número de novas regras entrou em vigor nos últimos anos e tornou possível a desregulamentação e a privatização das comunicações, inclusive com a participação direta do capital estrangeiro.” (LIMA, 2004:93). É como se uma espécie de ditadura econômica globalizada substituísse a anterior. Isto fere o coração da ética democrática como bem o demonstrou o analista de comunicação Robert McChesney cujo pensamento aparece sintetizado no próprio título de seu livro *Rich Media, Poor Democracy*. Os pontos fortes,

⁶ Tomarei como exemplo básico da formulação da política de comunicações a Lei Geral de Telecomunicações – LGT (Lei 9.472, de 16 de julho de 1997). Como se sabe, ao lado da Lei da TV a Cabo (Lei 8.977/1995) e da lei Mínima (Lei 9.295/1996), a LGT define a estrutura legal básica das reformas iniciadas com a quebra do monopólio estatal das telecomunicações pela Emenda Constitucional nº 8, aprovada em 15 de agosto de 1995, menos de oito meses após a posse do presidente Fernando Henrique Cardoso. Essa *nova política* favorece a concentração de propriedade porque não impede a propriedade cruzada dos grupos empresariais de telecomunicações, comunicação de massa e informática, e estimula a participação crescente dos *global players*, diretamente ou associados aos grandes grupos nacionais, na medida em que elimina todas as barreiras para a entrada do capital estrangeiro [...]. (LIMA, 2004:120)

resumidos em Gonçalves (2008), aprofundam o estudo desta concentração midiática, em âmbito mundial, tão nefasta à democracia.

3.3 A ÉTICA JORNALÍSTICA

Em meio a todo esse poderio e, conseqüentemente, a manipulação que ele causa, a classe dos jornalistas luta para manter a ética em suas ações. Desprezada ou desconhecida por muitos, a ética jornalística é considerada ao mesmo tempo uma conquista e um norte pelas academias de Comunicação Social pelo país.

O jornalismo como o conhecemos, isto é, o jornalismo como instituição de cidadania, e como as democracias procuram preservá-lo, é uma vitória da ética, que buscava o bem comum para todos, que almejava a emancipação que pretendia construir a cidadania, que acreditava na verdade e nas leis justas – uma vitória contra a etiqueta. Hoje, quando se cobram bons modos dos jornalistas, é preciso separar bem dois tipos de exigência. O primeiro é aquele que reclama um limite para o poder dos meios de comunicação. É uma cobrança legítima. Adquirindo um vasto poder sobre a sociedade, os meios de comunicação fizeram de seus proprietários e de seus funcionários figuras arrogantes, que se julgam acima de qualquer limite quando se trata de garantir seus interesses e de se divertir com seus caprichos. (BUCCI, 2000:10)

Um dos pontos marcantes da ética é a busca pela liberdade, sendo imprescindível para tal a imposição de limites. O que pode aparentemente soar como contradição, justifica-se ao se tratar uma limitação em sentido mais amplo. Ao mesmo tempo em que se busca reduzir os limites do jornalistas, também são buscadas reduções nas imposições de seus respectivos superiores.

A ética jornalística não se resume a uma normatização do comportamento de repórteres e editores; encarna valores que só fazem sentido se forem seguidos tanto por empregados da mídia como empregadores – e se tiverem como seus vigilantes os cidadãos do público. A liberdade de imprensa é um princípio inegociável, ele existe para beneficiar a sociedade democrática em sua dimensão civil e pública, não como prerrogativa de negócios sem limite na área da mídia e das telecomunicações, em dimensões nacionais e transnacionais. (BUCCI, 2000:12)

A ética é um dos princípios norteadores da profissão jornalística. Assim como a Constituição Federal brasileira enumera uma série de princípios (Art 5º e respectivos incisos) que guiam a nação, como o direito a vida e o direito de só ser obrigado a fazer algo se expresso em lei, a ética jornalística configura-se como preceito fundamental dos jornalistas. Todavia, existem diferenças entre o campo do Direito e da Comunicação, pois

mais que um rol de normas práticas, a ética jornalística é um sistema com uma lógica própria. Não é um receituário; é antes um modo de pensar que, aplicado ao jornalismo, dá forma aos impasses que requerem decisões individuais e sugere equações para resolvê-los. O que se deve ter em conta, de início, é que a prática do jornalismo não é auto-suficiente em sua dimensão ética, mas vai buscar em correntes filosóficas que trataram da ética em geral os parâmetros para enfrentar seus dilemas cotidianos. (BUCCI, 2000:15)

Não é somente devido ao alcance das mídias que a Ética deve ser observada. Mais do que um emissor de mensagens, o uso dos meios de comunicação é de concessão pública, logo, a sua programação deve responder ao interesse público. Devido a isto, espera-se que o jornalista faça reportagens sobre todos os assuntos que interessam a população. Temas que circundam o entretenimento e saúde, por exemplo, são do interesse do povo, porém notícias sobre a economia ou ações do governo também são essenciais. Porém, esta visão é recente, visto que antigamente

a imprensa ainda não era vista como uma instituição para fiscalizar o poder; era apenas uma extensão das necessidades de comunicação do governo. Atualmente, contudo, falar em jornalismo é falar em vigilância do poder e, ao mesmo tempo, em prestação de informações relevantes para o público, segundo os direitos e necessidades do público (não do governo). Mais ainda, falar em imprensa livre é falar numa prática de comunicação social historicamente forjada pela modernidade que organiza o espaço público, o Estado e o mercado, segundo o primado dos direitos do cidadão. (BUCCI, 2000:18)

Apesar de ser vista como uma instituição fiscalizadora, devido a seu caráter crítico, a ética pressupõe certos debates sobre veracidade desta visão e a extensão desta fiscalização. Ao tratar da Filologia das palavras “ética” e “moral”, Jaci Gonçalves (2008) afirma: “Ética e Moral: do grego ETHOS do latim MORES - caráter, costume justo, maneira de ser essencial” (GONÇALVES, 2008:03).

Surgem questões como: “é justo investigar a intimidade de alguém que esteja exercendo uma função pública e guarda, em sua intimidade, práticas suspeitas que envolvem o Estado? O dilema ético do jornalista, por excelência, é desse tipo. Não se trata apenas de uma hesitação, portanto, entre o certo e o errado.” (BUCCI, 2000:20)

Duas teorias, a do Utilitarismo e a da Deontologia, permeiam estes debates, afirma BUCCI (2000). O Utilitarismo seria a ponderação dos pontos úteis à sociedade, ou seja, quais as conseqüências do ato e se elas seriam justificáveis. Já na Deontologia - que vem “do grego DEONTHOS, o que deve ser, cristalizações em normas sociais concretas, princípios formais e até jurídicos do que é considerado ético corporativamente” (GONÇALVES, 2008:03) - não existe esta comparação. O que se busca é praticar a qualquer custo o que foi convencionado:

O utilitarismo é uma fonte importante da ética jornalística, mas também é bastante criticado. A fraqueza dessa filosofia aplicada ao jornalismo é grave: como pode um mero profissional de imprensa prever com tamanha eficácia as conseqüências de seus atos? Jornalista não são profetas. Uma ética que depende, então, de cálculos que levam em sua receita uma boa dose de futurologia tem seus limites.[...] [Na Deontologia] A conseqüência do ato já não importa. O que importa é que o ato se revista das características de um imperativo categórico universal, quer dizer, que o ato se apóie em princípios que tenham a mesma validade para todos. [...] Dizer a verdade é um autêntico imperativo categórico kantiano, pois corresponde a um princípio passível de universalização. Se ninguém mentir, tanto melhor. Pois bem: para o jornalista, dizer a verdade é um imperativo categórico fundador. Azar as conseqüências.(BUCCI, 2000:22)

Essa dicotomia de teorias reflete os dilemas da profissão. É freqüente nas redações de jornal, por exemplo, o embate de ideologias partidárias, ocasionando por diversas vezes veículos que seguem uma determinada linha política. O que se espera dos jornalistas é justamente o contrário: uma convergência de visões.

É claro que, no ofício jornalístico não existem nem deontologistas puros nem utilitaristas puros. As duas correntes se mesclam, com uma sutil inclinação para aquela que prevê a responsabilidade dos agentes sobre seus atos e as conseqüências deles. A decisão ética é de foro individual, mas tem seu sentido no bem comum – que portanto deve ser sempre considerado. Pensar apenas e simplesmente na moralidade do ato pode se traduzir em inconstitucionalidade. (BUCCI, 2000:24)

Mesmo que exista esta sinergia de correntes, outros fatores externos são essenciais para que se pratique um jornalismo ético. Por mais que o jornalista acredite no seu trabalho como um objeto de interesse público e em vista do bem comum, é necessário que se leve em conta o meio onde ele vive ou foi criado. Em uma região onde se espera dos veículos de mídia uma mera proliferação do pensamento dos governantes, por exemplo, não será possível encontrar reportagens isentas de interesses políticos.

Pretender que as redações possam ser ilhas de ética dentro de empresas que realizam operações escusas, ou dentro de sociedades em que as instituições democráticas sejam precárias, é o mesmo que apostar na boa medicina dentro de um hospital que compra remédios falsificados. [...] A ética jornalística não é apenas um atributo intrínseco do profissional ou da redação, mas é, acima disso, um pacto de confiança entre a instituição jornalismo e o público, num ambiente em que as instituições democráticas sejam sólidas. (BUCCI, 2000:25)

Mesmo aquelas empresas de comunicação que não trazem o debate sobre a ética para dentro de seus domínios costumam buscar sempre o ideal da liberdade. É natural do ser humano não gostar de ser controlado e no jornalismo não é diferente. O jornalista Eugênio Bucci faz um exercício de reflexão, neste sentido, lembrando mais uma vez que o ideal

normativo de postura ética já está na letra dos códigos de empresas de comunicação nacionais, à espera de serem postos em prática no cotidiano das redações.

[...] embora a cultura das redações tenda a considerar o debate ético público uma perda de tempo, o princípio da independência editorial é um valor publicamente assumido pelas maiores empresa de comunicação. ‘Manter sua independência’ constitui o primeiro dos dez preceitos do Código de Ética da Associação Nacional de Jornais (ANJ). O mesmo princípio aparece também como o primeiro dos oito artigos do Código de Ética da Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER): ‘Manter a independência editorial, portanto, significa manter a autonomia para apurar, investigar, editar e difundir toda informação que seja de interesse público, o interesse do cidadão, e não permitir que nenhum outro interesse prejudique essa missão. (BUCCI, 2000:56)

Ressalta-se aqui o fato de que as empresas não têm sentado para debater sobre fatores que interessam diretamente o público ou a própria empresa. Quando se trata de buscar um debate ético para trazer melhorias ao resultado final, que será entregue ao texto, o assunto é desconsiderado. Mas quando o assunto é de interesse da própria empresa, neste caso a “liberdade”, o tema não é debatido por se entender que somente é válida a posição da empresa.

Sem dúvida, há enormes distâncias entre o que prometem os códigos e a prática tortuosa de boa parte das revistas e jornais. Uns e outros não trabalham sempre ‘exclusivamente para o leitor;’, mas levam em conta interesses de anunciantes, governantes e outros agentes sociais na hora de informar o público. Acabam desinformando. Isso, contudo, não elimina o fato de que a independência unifica as empresas jornalísticas brasileiras como um valor a ser buscado, nem que seja como um ideal. (BUCCI, 2000:56)

Sendo assim, o interesse público pode acabar sendo saciado, porém devido à mera coincidência. O povo fica, assim, à mercê de decisões tiradas em mesas de reunião de empresas privadas. O procedimento funciona enquanto os interesses da empresa vão ao encontro do que espera sociedade. Porém sempre existirá o risco de que o interesse de ambos se distanciem.

Na prática, a ética jornalística que sobre conflito de interesses é a ética da empresa. É dentro dela que se conceituam os conflitos e os métodos para superá-los. Ou seja: no espaço privado (no âmbito interno de uma companhia particular), enfrentam-se problemas que, em tese, pertencem à esfera pública (pois a independência editorial corresponde ao direitos à informação, que é de ordem pública). No aspecto específico do conflito de interesses, não é incomum que jornais, emissoras e editoras de revistas adotem normas internas para os seus funcionários. São normas éticas da empresa – uma solução privada -, que, em parte, correspondem a uma expectativa pública. Mas só em parte. (BUCCI, 2000:116)

Há que se manter, por isso, a deontologia sob o crivo da ética, como vimos acima, ou seja, cabe perguntar sempre se o deontológico corresponde ao ético ou reflete apenas os interesses corporativos ao invés do interesse público. A situação é sempre conflitiva porque a liberdade pode acarretar em excessos. Ai está um relevante embate entre mídias e cidadãos. Não se quer trazer uma censura governamental de volta, mas também provoca insegurança o fato de que centenas de jornalistas tem o poder de falar o que e como querem. Todavia ainda permeia na população brasileira a confiança nos noticiários.

O Código de Ética da Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) traz como primeiro artigo as seguintes palavras: 'O acesso à informação é um direito inerente à condição de vidade em sociedade, que não pode ser impedido por nenhum tipo de interesse'. E isso, mais que uma regra escrita como valor mais alto, integra a cultura da categoria. (...) Assim, tanto por pressão da cultura dos jornalistas como por estratégia das próprias empresas, as maiores redações brasileiras desfrutam de autonomia para tomar decisões editoriais sem prestar contas à área responsável pela venda de espaço publicitário. Os jornalistas têm, de fato, boa margem de liberdade para investigar, apurar e editar as notícias. (...) Nas melhores revistas e nos melhores jornais do Brasil e do exterior, é assim que funciona. Basta que a história a ser publicada atenda aos requisitos da verdade dos fatos e da relevância – como, aliás, todas deveriam atender. (BUCCI, 2000:57)

Na busca pelo cumprimento do interesse público, ele próprio poderá ficar ameaçado. Uma escuta ilegal utilizada para denunciar um esquema de corrupção pode ser praticado por um jornalista em nome do interesse público. Mas será que o próprio jornalismo foi preservado? Justifica-se a prática de um crime para a descoberta de outro? Estes pontos são relevantes, principalmente levando em conta as distinções entre o legal-deontológico, o moral e o ético como ponderamos acima. Jornalistas e leitores, ouvintes e telespectadores já estão acostumados com este tipo de situação. O que se entende por ética pode variar com o passar do tempo e o advento de novos costumes.

Não se deve, de forma nenhuma, absolver os que praticam o tráfico de influência para obter dinheiro barato, e nem é por isso o que se quer insinuar aqui, mas é um erro significativo pensar a realidade numa dimensão ética absoluta. A ética não se confunde com as catilínarias moralistas, mas, enraizada que está nos costumes, tem existência social e se altera historicamente. É uma dimensão da convivência humana. (BUCCI, 2000:84)

Assim como a ética, o próprio jornalismo teve suas alterações ao longo dos anos. De mero reprodutor de informações oficiais, passou a ferramenta mediadora entre a população e a realidade que a cerca, incluindo-se aqui hábitos, costumes, acontecimentos e atos governamentais.

O jornalismo, como forma de mediação da realidade e do conhecimento em movimento, e com o estatuto que me propus situar ao longo deste trabalho, também reflete e projeta o mundo. Sua realização implica igualmente desmitificar os discursos contraditórios e, muitas vezes, cínicos presentes no negócio mundial da produção informativa que une informação isenta e lucratividade exacerbada, envolve interesse público e preservação de interesses de anunciantes, implica imparcialidade, mas também inclui a sociedade de empresa da mídia com empresas de outros setores da produção, como se viu. (KARAM, 2004:244-245)

Logo, o jornalismo, assim como a Análise de Discurso⁷, se vê atravessado por diversas outras linhas científicas, pois qualquer fato pode ser jornalisticamente apurado. Mas, segundo Karam (2004), é próprio da postura ética jornalística manter um vigor de não-subordinação e, ao mesmo, de não se sobrepor. Isto pode significar uma postura desconfortável.

Parece-me que o jornalismo tem uma ligação incontornável com os demais campos sociais. Ao mesmo tempo, essa sua inserção na totalidade não implica submissão aos demais campos, mas uma relação de não-subordinação e de equivalência, íntegra e moral, pela qual se relaciona com o todo. Nesse aspecto, a ética específica da atividade jornalística tem princípios insuperáveis, mesmo diante da avalanche global proposta pela fundamentalismo de mercado e pelos adeptos do *pensamento único*. (KARAM, 2004:259)

Não se buscou aqui posicionar o jornalismo como único ou principal meio de ligação entre os demais campos científicos, nem o único a ser abarcado por questões éticas. Todavia, com a ajuda dos autores citados, mostrou-se que a união da ética ao jornalismo se faz necessária para uma sociedade democrática, independentemente de ideologias ou formas de governo.

⁷ Verificaremos a Análise de Discurso e seus delineamentos no capítulo 4.

4 ANÁLISE DE DISCURSO

Nos capítulos anteriores foram apresentados aspectos do contexto histórico, cultural, político e social do futebol e da mídia, elementos essenciais para a análise do *case* proposto. Não obstante, propusemos as bases filosóficas para uma postura ética do jornalista no seu exigente trabalho midiático, além de termos realizado diversas ponderações relevantes entre o jornalista e os grupos com interesses - quase que exclusivamente - no lucro, o que, muitas vezes, faz com que seja desconsiderado, na prática, a importância do interesse dos cidadãos.

Agora, se faz necessário situar a linha teórica da Análise de Discurso⁸ e usar como conceitos básicos o pré-construído, ideologia, condições de produção, discurso e memória. memória a fim de dar profundidade maior ao estudo do *case* do Escândalo de Arbitragem.

Destarte, não se pode entender o discurso aqui como a mera proclamação oral a um determinado público. O discurso compreende todos os elementos de uma mensagem, seja ela verbal ou não verbal. Mais do que o conteúdo apresentado em determinada fala, a AD visa esmiuçar o plano de fundo de determinado discurso, transparecendo, freqüentemente, um dizer não dito.

Essa nova prática de leitura, que é a discursiva, consiste em considerar o que é dito em um discurso e o que é dito em outro, o que é dito de um modo e o que é dito de outro, procurando escutar o não-dito naquilo que é dito, como uma presença de uma ausência necessária. Isso porque [...] só uma parte do dizível é acessível ao sujeito, pois mesmo o que ele não diz (e que muitas vezes ele desconhece) significa em suas palavras. (ORLANDI, 2005:34)

A AD, então, busca identificar a conexão entre o sujeito que diz e o exterior que o cerca. Através da análise da linguagem empregada é possível verificar mais informações do que a mera interpretação da fala.

A AD se propõe a discutir e a definir a linguagem e a natureza da relação que se estabelece com a exterioridade, tendo em vista seu objetivo principal: compreender os modos de determinação histórica dos processos de produção dos sentidos, na perspectiva de uma semântica de cunho materialista. Para tanto, o fundador da AD, Michel Pêcheux, propôs articular três regiões do saber: o materialismo histórico, enquanto teorias das formações

⁸ Daqui por diante abreviado como AD

sociais e suas transformações; a lingüística, enquanto teoria dos processos não subjetivo de enunciação, e a teoria do discurso, como teoria da determinação histórica dos processos semânticos. Estas três regiões, ainda de acordo com Pêcheux, são atravessadas e articuladas por uma teoria da subjetividade de natureza psicanalítica. (MARIANI, 1998:23)

Para que a análise de produção de sentidos seja possível, a AD, situada no campo da Lingüística, necessariamente irá atravessar outras áreas do conhecimento, como a História, a Sociologia, a Filosofia e a Comunicação, entre outros.

Por refletir no entremeio das ciências humanas e sociais, a AD provoca uma permanente reterritorialização de conceitos ligados às teorias da linguagem e da ideologia. [...] Quando falamos em discurso, portanto, estamos nos reportando a um dos aspectos materiais da ideologia, ou seja, no discurso se dá o encontro entre língua e ideologia. (MARIANI, 1998:24)

A ideologia, na AD, tem um sentido um pouco mais amplo do que na Sociologia⁹, por exemplo. Não se resume a mera distinção entre direita e esquerda, entre partido A ou partido B, apesar de que estes fatores são de extrema relevância, pois apontam certas informações que já são dadas como certas e concretas pelo sujeito que enuncia.

A ideologia, então, é um mecanismo imaginário através do qual coloca-se para o sujeito, conforme as posições sociais que ocupa, um dizer já dado, um sentido que lhe aparece como evidente, ie, natural para ele enunciar daquele lugar. O sujeito se imagina uno, fonte do dizer e senhor de sua língua; do mesmo modo, parece-lhe normal ocupar a posição social em que se encontra. O funcionamento ideológico provoca as ilusões descritas: apaga-se para o sujeito o fato de ele entrar nessas práticas histórico-discursivas já existentes. (MARIANI, 1998:25)

Então, a ideologia, além de englobar as opiniões políticas e econômicas – sem que isto seja necessariamente percebido pelo sujeito faltante – também abriga a posição atual que a pessoa ocupa na família, no emprego ou na sociedade. Sendo assim, “[...] a ideologia faz parte, ou melhor, é a condição para a constituição do sujeito e dos sentidos. O indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia para que se produza o dizer.” (ORLANDI, 2005:46)

Não será surpreendente se um professor, ao receber uma nova turma, se postar com voz firme e passar ordens sem admitir questionamentos, se firmando como autoridade. A AD

⁹ Ideologia – Conjunto de idéias que explicam e caracterizam um sistema, uma corrente filosófica. Trata-se de um sistema de idéias peculiar a determinado grupo e ligado, geralmente, aos interesses desse grupo. Ideologia é a forma de ver o mundo (OLIVEIRA, 2003:242)

demonstra que isto já está naturalizado pelo funcionamento do discurso pedagógico. Esta hipótese, por exemplo, se configura como condição de produção em sentido estrito. Logo, “Podemos considerar as condições de produção em sentido estrito e temos as circunstâncias da enunciação: é o contexto imediato. E se as considerarmos em sentido amplo, as condições de produção incluem o contexto sócio-histórico, ideológico”. (ORLANDI, 2005:30)

Sendo assim, “O contexto amplo é o que traz para a consideração dos efeitos de sentidos elementares que derivam da forma de nossa sociedade, com suas instituições, entre elas a universidade, no modo como eleger representantes, como organiza o poder, distribuindo posições de mando e obediência.” (ORLANDI, 2005:31). As condições de produção servem como um filtro, um funil. Somente certos dizeres poderão ser enunciados pelo ocupante de determinado cargo, ainda que sua intenção ou entendimento seja exatamente o contrário.

O dizer não é propriedade particular. As palavras não são só nossas. Elas significam pela história e pela língua. O que é dito em outro lugar também significa ‘nas’ nossas palavras. O sujeito diz, pensa que sabe o que diz, mas não tem acesso ou controle sobre o modo pelo qual os sentidos se constituem nele. Por isso é inútil, do ponto de vista discursivo, perguntar para o sujeito o que ele quis dizer quando disse ‘x’ (ilusão da entrevista *in loco*). O que ele sabe não é suficiente para compreendermos que efeitos de sentidos estão ali presentificados. (ORLANDI, 2005:32)

Existe outro ponto da AD que explica o fato de uma pessoa dizer algo que não foi construído por ela. É o conceito de memória:

A memória, por sua vez, tem suas características, quando pensada em relação ao discurso. E, nessa perspectiva, ela é tratada como interdiscurso. Este é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. Ou seja, é o que chamamos memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra. O interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada. (ORLANDI, 2005:31)

Um exemplo de como a memória atua é a absorção de um enunciado através da repetição. Tomemos a hipótese de uma mãe separada que diariamente tece um comentário pejorativo sobre o pai para a filha. Não é de se estranhar que a criança passe a ter receio de seu ascendente, pois o conceito pejorativo já está ligado à imagem do pai na mente dela. O mesmo se dá na imprensa, por exemplo: toda vez que uma notícia sobre o MST é vinculada no Jornal Nacional, aparece ao fundo imagens de foices, facões sobre um plano vermelho,

dando a idéia de violência, de sangue. Com isto, o telespectador passa a assemelhar MST e violência.

A memória pode ser entendida como a reatualização de acontecimentos e práticas passadas em um momento presente, sob diferentes modos de textualização (referimo-nos aqui, por exemplo, à produção literária, científica ou mítica, historiográfica e/ou jornalística), na história de uma formação ou grupo social. (MARIANI, 1998:38)

A situação exemplificada também se aplica a todos os demais meios de comunicação. O pré-construído, a memória construída por todos os tipos de mídia, além das próprias condições de produção da mesma, possibilitam uma gama de análises quanto ao que é e deixa de ser veiculados nos jornais, TVs, Rádios, outdoors, filmes, internet etc. Este ponto já ficou demonstrado nas relações de profissionais da mídia, interesses dos conglomerados e necessidades dos cidadãos. Agora, se faz necessário focar de modo mais preciso as referências da AD em relação às produções jornalísticas.

4.1 O DISCURSO JORNALÍSTICO

A mídia, ao propagar seus dizeres, utiliza-se geralmente de dois tipos de discurso. O discurso publicitário e o discurso jornalístico. Ambos possuem características parecidas, como a busca pelo convencimento através do apelo racional ou emocional. Porém suas origens, ou seja, condições de produção, deveriam ser distintas, como já assinalado nas análises de Eugênio Bucci no capítulo anterior.

Consideramos o discurso jornalístico como uma modalidade de discurso sobre. Um efeito imediato do falar sobre é tornar um objeto aquilo sobre o que se fala. Por esse viés, o sujeito enunciador produz um efeito de distanciamento – o jornalista projeta a imagem de um observador imparcial – e marca uma diferença com relação ao que é falado, podendo, desta forma, formular juízos de valor, emitir opiniões etc., justamente porque não se ‘envolveu’ com a questão. (MARIANI, 1998:60)

A agência de propaganda tem como objetivo despertar o interesse do consumidor em determinado produto. Para tal, ele se permite dar informações com grande enaltecimento, com o intuito de promover o que se pretende vender, como, por exemplo: “esta é a melhor marca

de chocolate”. Logo, ao contrário do publicitário, que tem marcado o interesse de vender um produto, espera-se que o jornalista não tenha interesse, além do de informar o público, ao noticiar algum fato ou emitir alguma opinião. Todavia, como a mídia brasileira esteve por muito tempo atrelada ao poder estatal (e ainda está), por exemplo, a mensagem acaba sendo influenciada pela condição de produção imposta pela ideologia do poder político, social e econômico vigente.

[...] o discurso jornalístico funciona regido por essas ‘relações sociais jurídico-ideológicas’: ele é responsável por manter certas informações em circulação e, com isso, contribuir na manutenção dessas mesmas relações sociais jurídico-políticas. Dito de outra maneira, a imprensa é constituída por uma ‘norma identificadora’, resultado da aplicação da lei, mas, ao mesmo tempo, esse discurso jurídico-político se apaga na história da imprensa, como se fosse evidente que os jornais só são veículos de comunicação. Os rituais jornalísticos, designados como devem ser, de acordo com a Lei, acabam sendo representados sob a evidência de que são unicamente e sempre assim. (MARIANI, 1998:77)

De modo a manter a ideologia dos poderes em vigência, e também de afirmar outras informações divulgadas, o repórter busca sempre algo que lhe dê credibilidade. Existe uma fé do povo quanto à veracidade da mensagem de determinado veículo, visto que “a chamada ‘imprensa de referência’ enuncia de um lugar historicamente constituído e o faz em nome de determinados segmentos da sociedade.” (MARIANI, 1998:66). Além da confiança natural que o povo tem para com estes jornalistas, a população crê também na veracidade da notícia quando ela é baseada de alguma pessoa com notório saber em determinada área, ou quando a transmissão da fala se dá a partir de um ponto que remeta a memória a determinado assunto. Estes pontos “De modo geral, representam lugares de autoridade, em que se efetua algum tipo de transmissão de conhecimento, já que o *falar sobre* transita na co-relação entre o narrar/descrever um acontecimento singular, estabelecendo sua relação com um campo de saberes já reconhecido pelo interlocutor.” (MARIANI, 1998:60)

As inovações tecnológicas ao longo das décadas também contribuíram para a construção do discurso jornalístico. O que antes já tinha força apenas na forma escrita, obteve resultados imprevisíveis ao se propagar em ondas, convertidos em áudio pelos receptores de rádio. Décadas depois, uma nova revolução com maior impacto aconteceu com a chegada da televisão.

É bom lembrar: na análise do discurso, não menosprezamos a força que a imagem tem na constituição do dizer. O imaginário faz necessariamente parte do funcionamento da linguagem. Ele é eficaz, Ele não ‘brota’ do nada: assenta-se no modo como as relações sociais se inscrevem na história e são regidas, em uma sociedade como a nossa, por relações de poder. (ORLANDI, 2005:43)

O discurso jornalístico ainda abrange outro mecanismo de modo a confirmar suas afirmações: a própria linguagem. Mesmo em se tratando de um espaço do jornal ou do programa televisivo ou radiofônico, os jornalistas não costumam usar expressões que declarem que determinada informação é mera opinião do autor ou do meio, “Fazendo crer que apresenta os fatos tais como são, com uma linguagem isenta de subjetividades, o discurso jornalístico atua à semelhança de um discurso pedagógico em sua forma mais autoritária.” (MARIANI, 1998:61). Se já há uma similaridade entre o discurso jornalístico e o publicitário, outros discursos acabam atravessando a fala do jornalista:

Se no discurso pedagógico autoritário cabe ao professor fazer a mediação entre o saber científico e os aprendizes de tal modo que, com base em citações de autoridade e afirmações categóricas (dentre outras estratégias), os alunos se vêem diante de verdades incontornáveis – no professor está a verdade -, sentido-se, portanto, tolhidos a fazer qualquer questionamento, no discurso jornalístico mascara-se um apagamento da interpretação em nome de fatos que falam por si. (MARIANI, 1998:62)

Jornalistas, assim como professores, são tradicionalmente vistos como detentores da verdade. Os magistrados vêm alterando um pouco esta cena, se abrindo a críticas e, uma vez questionados, respondem informando a fonte que proveu determinada informação, ou seja, não “roubando” determinada afirmação para si. Já o repórter, segundo MARIANI (1998), esquece de fazer isto:

Em outras palavras, a instituição jornalística ‘esquece’ que foi obrigada a fundar-se com uma interpretação do mundo previamente assegurada. O ‘esquecer’, aqui, é justamente o resultado da atuação da memória histórica da formação do tipo discurso jornalístico. O resultado desse processo é a ilusão do jornalismo-verdade, ou seja, a ilusão de que os jornais são apenas testemunhas, meios de comunicação ou veículos informativos. (MARIANI, 1998:81)

Uma vez explicitado o discurso jornalístico, nos cabe agora utilizá-lo para analisar o *case*: O Escândalo de Arbitragem, que esteve presente, principalmente, no Campeonato Brasileiro de 2005.

5 O ESCÂNDALO DE ARBITRAGEM

No dia 26 de setembro de 2005, o programa Bom Dia Brasil, da Rede Globo, anunciava a investigação, por parte da Polícia Federal, de um grande esquema de manipulação de resultados. Segundo a reportagem, cerca de 20 jogos do Campeonato Brasileiro da Série A daquele ano estavam sob suspeita de interferência no resultado. O esquema funcionava através de apostas realizadas em sites estrangeiros¹⁰ por dois empresários que, uma vez apostado o dinheiro, combinavam com o árbitro Edilson Pereira de Carvalho qual time deveria ser o vencedor. O juiz era integrante do quadro da FIFA - na qual só pertencem árbitros considerados de ótima qualidade pela organização – o que lhe rendia o direito de apitar partidas internacionais, entre seleções ou entre clubes de nações diferentes. A reportagem apontou que jogos apitados por Edilson Pereira, válidos pela Taça Libertadores da América, também estavam sob suspeita.

Dois dias depois chegava às bancas a edição nº 1924 da revista Veja com a seguinte chamada¹¹: “A Máfia do Apito”. A reportagem de capa trazia um esquema detalhado dos jogos que a Polícia Federal alegou que estavam sob suspeita de fraude. No final da matéria, é lembrado o último escândalo no futebol brasileiro envolvendo lotéricas¹² e é afirmado que esta nova Máfia contribuía para o cada vez maior descrédito do futebol no país.

Após concluídas as investigações, decidiu-se por anular 20 partidas válidas pelo Campeonato Brasileiro, as quais tiveram que ser novamente realizadas. Com os novos resultados, o Corinthians acabou consagrando-se campeão, tirando o título que seria do Internacional, caso as partidas não fossem anuladas.

5.1 O PRÉ-CONSTRUÍDO NO FUTEBOL BRASILEIRO E A POSTURA JORNALÍSTICA

¹⁰ A lei brasileira à época proibia a exploração de jogos de azar. Ao apostar num *site* internacional, considera-se que o ato foi praticado em território estrangeiro, logo, não abrangido pela norma brasileira.

¹¹ Também conhecido como manchete. No meio impresso, é um título ou uma frase que visa atrair o leitor para que leia a reportagem no interior da revista.

¹² Em 1982, a revista Placar denunciava um esquema envolvendo a Loteria Esportiva. A reportagem contabilizava 125 envolvidos.

Mesmo em se tratando de um esporte que interessa diretamente a Rede Globo, pois ela é o principal patrocinador do futebol e, conseqüentemente, a mídia que mais lucra com ele, a empresa de Roberto Marinho foi a primeira a divulgar o escândalo de arbitragem. A primeira impressão é a de que a ética jornalística foi plenamente respeitada, deixando-se de lado os aspectos econômicos. Quando o povo fica sabendo que havia um massivo escândalo na “paixão nacional”, é de se esperar que o futebol perca certa parcela de credibilidade. Isto poderia acarretar em perda de audiência, logo, de lucros com publicidade, durante as transmissões das partidas.

Porém, a Globo encontrou uma forma de produzir sua reportagem de modo em que a credibilidade do futebol não fosse posta em xeque. Primeiramente, escolheu o programa Bom Dia Brasil que, devido ao seu horário, atinge prioritariamente a classe média, portanto não sendo destinado às massas de classe baixa, que também costumam acompanhar o esporte. Também ressalta-se que o formato do programa aproxima-se do de uma revista, com textos mais informais falando sobre assuntos diversos. Por fim, como constatamos ao longo da análise, haverá a preocupação do que pode, ou não, transparecer na reportagem. Aqui se fez marcante as condicionantes do discurso jornalístico.

Encontra-se, no discurso jornalístico, uma discursivização do cotidiano que se apaga para o leitor (e para o próprio sujeito que enuncia da posição “jornalística”) e é nessa discursivização – um falar *sobre* de natureza institucional – que os mecanismos do poder vão distribuindo espaços dos dizeres possíveis como silenciando, localmente, o que não pode e não deve ser dito. (MARIANI, 1998:97)

Nas primeiras palavras da reportagem, o apresentador afirma “*Juiz Ladrão. O que antes sempre foi apenas folclore no futebol brasileiro, virou realidade e escândalo este fim de semana. Caso de polícia*”.

Aqui, segundo a AD, a emissora utiliza-se do pré-construído (grande parte construído pela própria Globo) de que o futebol brasileiro é isento de irregularidades quanto à manipulação de partidas. O fato de um juiz que “rouba” no jogo é comparado a uma fantasia, uma lenda, como a da mula sem cabeça ou do Saci-Pererê. Agora, de repente, o impossível aconteceu e isto é um “escândalo”. Este fato, dado como verdadeiro pela emissora, é um exemplo de pré-construído.

A verdade, então, nada mais é do que uma direção de sentido (ou uma certa interpretação), datado historicamente, que se impõe como literal. E é como

discurso dessa verdade, ligado, portanto a instâncias de poder, produzindo determinados sentidos para os acontecimentos, com um modo de funcionamento específico e com mecanismos enunciativos próprios, que o discurso jornalístico constrói sua identidade, leva a crer na literalidade de seus relatos e contribui na disseminação de certas interpretações. (MARIANI, 1998:82)

Da mesma forma, na segunda frase citada, a descoberta é considerada uma aberração que entra em confronto com a moral, ou melhor, com a lei. Ao proclamar que a manipulação dos resultados era caso de polícia, o jornalista já está pré-julgando o árbitro Edilson Pereira de Carvalho, considerando a reportagem como prova irrefutável de um crime.

Em seguida, o narrador continua: “*O árbitro Edilson Pereira de Carvalho está na cadeia, na mesmaarceragem do ex-prefeito Paulo Maluf*”. Aqui, a citação de Paulo Maluf pode ser interpretada de duas formas. Primeiro, poderia ser o exemplo de uma mera artimanha para construir na memória do telespectador que determinada pessoa está na cadeia. Isto poderia ser reflexo de uma desavença política entre a emissora e o político. Aproveita-se qualquer fato para criar um nexocausal entre a notícia e o fato de que Paulo Maluf é um homem que merece ser e está preso.

A segunda interpretação, que não necessariamente exclui a primeira, é um efeito de comparação entre o árbitro ladrão e o político ladrão. A população brasileira tem um pré-construído em relação à classe política. A fama de ilegalidade do político é muito superior à do árbitro de futebol. Logo, a reportagem da televisão poderia estar alegando que Edilson Pereira é tão ruim (corrupto) quanto um político criminoso suspeito de desviar verbas públicas. Fraudar o esporte nacional é equiparado a lesionar o erário público.

Já a revista *Veja* que circulou na mesma semana trouxe a foto do árbitro com uma cara séria, apontando para um lugar fixo, mesmo sinal que se faz quando alguma falta é cometida durante o jogo. A publicação estava “marcando a falta cometida” pelo juiz, estava apontando uma irregularidade, sem qualquer indicio de incerteza sobre o que estava afirmando.

Logo abaixo, a chamada “*Máfia do Apito*”. Aqui, a revista aproveita o pré-construído acerca da palavra “Máfia”. O termo nos remete às grandes famílias italianas que dominavam as cidades onde se instalava por meio de um vasto e complexo esquema de irregularidades e corrupção, espalhando-se pelo tecido social. A adulteração de resultados do futebol, realizada por 3 ou 4 pessoas, é comparada com o submundo do crime, abrangendo assassinatos, estupro, drogas e jogatina.

Na primeira página da reportagem, o olho¹³ da matéria proclama “*Veja revela o maior escândalo já visto no futebol brasileiro*”. Dois pontos são relevantes aqui. Primeiro, a revista se coloca em posição de destaque, ao puxar a responsabilidade de divulgação dos fatos para si, tornando-se um agente responsável pela vigilância da sociedade. Esta proclamação de autoria da descoberta só para si desvia seu caráter de poder mediador na sociedade, conforme salientou Karam (2004), e fortalece a ação indevida da imprensa substituindo os outros poderes constituídos também a serviço do bem comum. A revista, a exemplo dos poderes políticos, estaria interferindo na ordem dos fatos. O que se espera é justamente o contrário: um distanciamento por parte do repórter. Esta auto-responsabilização acontece também em algumas passagens da matéria, como na página 72 e 80, respectivamente: “*As investigações sobre a máfia do apito tiveram origem em uma apuração jornalística iniciada por Veja em abril deste ano.*” e “*O único escândalo já registrado no futebol do país que pode se assemelhar ao agora revelado por VEJA foi [...]*”.

O segundo aspecto revela um contraponto com a matéria do Bom Dia Brasil: enquanto no programa televisivo, o juiz ladrão era um folclore, na matéria da Veja é tratado como algo que já aconteceu anteriormente, pois, ao afirmar que se tratava do “*maior escândalo já visto no futebol brasileiro*”, também se está afirmando que existiram outros escândalos no futebol.

Os jornais lidam com o relato de eventos inesperados, possíveis e/ou previsíveis. Em seu funcionamento, o discurso jornalístico insere o inesperado ou possível/previsível em uma ordem, ou seja, organizando filiações de sentidos possíveis para o acontecimento não apenas em termos de uma memória, mas também no que diz respeito aos desdobramentos futuros. Para tanto, os jornais nomeiam, produzem explicações, enfim, “digerem” para os leitores aquilo sobre o que se fala. (...) Encontra-se nesse funcionamento jornalístico um dos aspectos de convencimento que envolve os leitores. (MARIANI, 1998:60)

Naquela mesma página da revista, aparece em letras garrafais o termo “*Jogo Sujo*”. Esta expressão carrega o pre-construído do discurso futebolístico, que é o de indicar a prática de um jogador que fraudava um determinado jogo. No futebol, esta fraude é comumente vinculada àquele zagueiro que agride fisicamente o adversário enquanto o juiz não está vendo. Afirma-se, então, que o árbitro Edilson Pereira de Carvalho aproveitou que “ninguém estava olhando” para lucrar ilegalmente com seu trabalho. Surge aqui a mesma assimilação ocorrida com Paulo Maluf.

¹³ É um subtítulo para a matéria. Pode ser composto por mais de uma frase.

Ainda na matéria da Veja, nota-se a repetição da imagem do “baixinho” Romário. O jogador era um dos ícones utilizados pela Rede Globo, aparecendo constantemente por suas jogadas ou por suas afirmações polêmicas e, inclusive, já participou como comentarista em partidas da seleção brasileira. Assim, enquanto a Globo busca proteger o futebol, a Veja insiste na imagem de um dos jogadores símbolos da história do futebol brasileiro, como se afirmasse que ele havia participado do esquema de alguma maneira ou como meio de atingir a Globo.

No aspecto geral, a reportagem da revista Veja é de cunho extremamente opinativo e moralista, utilizando-se de expressões de efeito e questionamentos do início ao fim, como “*Jogo Sujo*” e “*não adianta rezar*”. Já na matéria do Bom Dia Brasil, a cabeça da matéria¹⁴ é marcada também por estas mesmas características. Todavia inicia-se uma narrativa em OFF¹⁵, logo após. Aqui se faz apenas uma descrição dos fatos, ordenados cronologicamente. Ao revelar-se escutas telefônicas e pronunciamentos da Polícia Federal, evitou-se sempre a utilização de uma linguagem emotiva.

Por fim, transparece que a revista Veja, apesar de se aproveitar dos fatos para se promover e se utilizar de discursos que poderiam prejudicar a imagem do futebol - além do que uma reportagem imparcial faria - cobriu o fato, trazendo diversos detalhamentos e fazendo conexões entre os personagens principais e secundários nos eventos ocorridos. Foram resgatados outros escândalos que aconteceram fora e dentro do país, ainda que de maneira superficial. Exemplos que evidenciam o questionamento do futebol estão nas páginas 72, 78, 79, respectivamente: “*É o maior golpe na paixão dos brasileiros pelo futebol e um escândalo de repercussão internacional.*”, “*Mas a descoberta da máfia do apito é um duro golpe contra a credibilidade de toda a arbitragem brasileira. Ela lança uma sombra de desconfiança sobre os gramados dos estádios nacionais*” e “*Como saber se o espetáculo não foi manipulado pelo árbitro em troca de dinheiro? Como saber se a alegria de uns torcedores e as frustrações de outros foram decididas pela qualidade e pelo empenho dos jogadores em uma disputa leal dentro de campo- ou foram apenas fruto da ganância de meio dúzia de apostadores? Como saber?*”.

¹⁴ É a fala do apresentador do programa jornalístico antes de ser iniciada a fala do repórter. Pode ser coberta por outras imagens ou não.

¹⁵ Neste caso, é a fala do repórter coberta por imagens da reportagem.

Todavia, a Ética foi deixada de lado em determinados momentos, sem que, à primeira vista, se comprometesse a informação dada ao leitor. Primeiramente, salta aos olhos como VEJA chama a responsabilidade pra si sobre determinados fatores que não são de seu controle. Na página 78, é afirmado que, como a revista somente está noticiando dois árbitros como corruptos, os outros estão isentos de suspeita: *“Pode-se dizer a favor da profissão de árbitro de futebol que o fato de apenas Edilson Pereira de Carvalho e Paulo José Danelon terem sido pegos diretamente pela investigação é uma prova de que os demais são corretos. Sim”*. Porém, ainda na mesma página, ela se contradiz ao afirmar que somente a partir da reportagem é que os torcedores poderão suspeitar dos juízes: *“Mas, a partir das revelações contidas nesta reportagem, os torcedores têm o direito de achar que os erros podem estar a serviço de uma quadrilha de espertalhões.”*. Outro trecho, da página 80, reforça a afirmação: *“Nada garante, portanto, que não haja outros Fayads e Edilsons operando há anos no futebol nacional – e fazendo de bobos os torcedores brasileiros”*.

Em outros pontos da reportagem, visando utilizar expressões que causem destaque, surgem afirmações que podem ofender o leitor que for religioso. Na página 77, após afirmar que Edilson Pereira é religioso, a VEJA completa: *“Agora, não adianta rezar: ele deverá ser indiciado pelos crimes contra a economia popular, de estelionato e formação de quadrilha”*.

Outro deslize ético é cometido ao final da matéria. A revista VEJA se aproveita do escândalo para reativar na memória¹⁶ dos leitores outros escândalos, dessa vez políticos, envolvendo o Partido dos Trabalhadores (PT), constantemente denunciado pela revista. A página 80 reforça uma crítica anti-governista, logo, anti-petista: *“A revelação de mais um escândalo de corrupção é salutar no seu efeito depurador. Mas a decepção que ela representa para os milhões de brasileiros apaixonados pelo esporte – bem como o prejuízo que deverá causar à imagem do futebol brasileiro no exterior – é imensurável. O Brasil – do mensalão, do valerioduto e dos dólares na cueca – não merecia mais essa”*.

¹⁶ Nas práticas sociais da fixação da memória (seja ou não a dita memória oficial) se encontra entrelaçado aquilo que deve cair no esquecimento, pois o retorno de um sentido silenciado, ou a irrupção de um novo sentido, pode representar uma ameaça ao “status quo” vigente. Se o resultado da ação da memória corresponde, então, à fixação de uma interpretação sobre as demais (também possíveis) para um acontecimento, impedindo, assim, seu esquecimento, isso se dá porque no jogo das relações de forças sociais, não deixar um sentido ser esquecido, é uma forma de eternizá-lo (e até mesmo mitificá-lo) enquanto memória “oficial”. (MARIANI, 1998:36)

A Rede Globo, por sua vez, apesar de ser a primeira a noticiar o fato, se omitiu em diversos momentos. Deixou passar os chamados “ganchos”, como a questão da ameaça da credibilidade do futebol e o fato de que aquele esquema não era o primeiro a acontecer no futebol brasileiro. Em nenhum momento procurou ouvir a população ou jogadores, técnicos e cartolas, sobre como este acontecimento interferiria no futebol. Este é um meio de criar na memória do telespectador somente os fatos que interessam a Globo, fazendo com que ele, ao raciocinar sobre o escândalo de arbitragem, questione somente um juiz em especial, e não a arbitragem brasileira como um todo.

A memória, por sua vez, tem suas características, quando pensada em relação ao discurso. E, nessa perspectiva, ela é tratada como interdiscurso. Este é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. Ou seja, é o que chamamos memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra. O interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada. (ORLANDI, 2005:31)

O efeito de sentido leva o leitor a pensar que o escândalo foi descoberto, foram presos os responsáveis e agora o futebol está livre de qualquer irregularidade. Isto ocasiona um apagamento de outros pontos questionáveis no principal esporte brasileiro, como os constantes erros de arbitragem ou a escassez de condenações de pessoal envolvidas em atitudes suspeitas neste esporte.

A Globo noticiou sim o esquema de Edilson Pereira de Carvalho e os outros envolvidos, mas o fez de uma maneira que preservasse tanto a sua credibilidade, como a do futebol brasileiro. Isto permitiu a cobertura dos eventos sem se ter como consequência uma drástica perda de audiência em transmissões de eventos e reportagens sobre o futebol. Assim, se manteve a ideologia de que o futebol é importante para o povo e que, apesar do escândalo, ele não deverá ser abandonado pela população brasileira.

6 CONCLUSÃO

O caso da “Máfia do Apito” ficou marcado como o maior escândalo do futebol brasileiro. O árbitro Edilson Pereira de Carvalho nunca mais apitou uma partida profissional. Porém, mesmo com o afastamento do juiz, o Campeonato Brasileiro de 2005 acabaria se envolvendo em outro polêmica: a anulação de resultados.

Equipes como Internacional, Cruzeiro, Santos e Figueirense lamentaram profundamente a decisão do Superior Tribunal de Justiça Desportiva: todos os jogos apitados por Edilson Pereira foram anulados, inclusive aqueles em que o árbitro não conseguiu cumprir o combinado com os demais membros do esquema de apostas. Caso apenas os resultados verdadeiramente manipulados tivessem sido anulados, o campeão daquele ano, ao invés do Corinthians, seria o Internacional. Este fato poderá ser estudado em futuros trabalhos.

O estudo monográfico apoiou-se em conceitos e autores das ciências de Análise do Discurso, da Sociologia do Esporte e da Ética no Jornalismo. Na Análise do Discurso, o conceito mais importante foi o da “memória”, das autoras Eni Orlandi (2005) e Mariani Bethania (1998), pois demonstrou como um jogo discursivo pode manipular um fato e criar uma realidade para o leitor/telespectador.

Após estabelecidos os conceitos e as informações basilares para a análise, verificou-se certos abusos apresentados por ambas as empresas jornalísticas, a Rede Globo de Televisão e a revista veja. Visando atrair o leitor, a revista utilizou-se de termos de efeito e jargões populares, de modo a dar destaque para as suas informações.

A Rede Globo, por sua vez, também iniciou a reportagem com frases fortes, porém, no decorrer da matéria, portou-se, aparentemente, imparcial. Contudo, vislumbrou-se que, apesar da amenização dos termos e de uma postura menos espetaculosa, os repórteres e apresentadores não trouxeram à tona questões de extrema pertinência para o caso.

Todavia, entendemos que ambas as mídias, nesse material analisado, cometeram abusos éticos, especialmente no que diz respeito ao então árbitro, Edilson Pereira de Carvalho. Este foi previamente condenado por suas supostas ações, sem ter tido direito a se manifestar em nenhuma oportunidade. Além disto, foi ironizado por sua profissão e até sua religiosidade. Desconsiderou-se a figura humana que ali estava. Edilson Pereira passou a ser somente um “juiz ladrão”.

Esta cobertura midiática se aproxima de outras realizadas em escândalos políticos, por exemplo. Entretanto, enquanto o juiz corrupto no futebol é tratado como uma exceção, o detentor de cargo público que comete atitude suspeita incorpora um personagem já presente no imaginário dos brasileiros. Enquanto criou-se uma expectativa de que o árbitro fosse preso, de um escândalo no governo espera-se, a partir da memória criada, que tudo “termine em pizza”. Contudo, isto não impede que, durante uma reportagem, o político seja também criticado e satirizado, como forma de entreter o leitor/telespectador.

A memória pode ser entendida como a reutilização de acontecimentos e práticas passadas em momento presente, sob diferentes modos de textualização (...) na história de uma formação ou grupo social. O “recordar” possibilitado pela memória também se concretiza no movimento do presente em direção ao devir, engendrando assim uma espécie de “memória do futuro” tão imaginária e idealizada quanto a museificação do passado em determinadas circunstâncias. (MARIANI, 1998: 38)

Os conceitos teóricos apresentados, tanto da análise de discurso como da ética, se mostraram de extrema pertinência para o *case*. Contudo, ressaltam-se que outros pontos destas duas ciências poderiam ter sido utilizados, assim como, também, os de outras ciências, ao exemplo do direito ou da antropologia. Posto isto, se faz presente a possibilidade de que eventuais trabalhos acadêmicos posteriores dissertem sobre o futebol, a mídia, os conflitos éticos e de poder ou até mesmo o escândalo de arbitragem por outro viés, como, por exemplo, analisar os aspectos jurídicos da decisão do tribunal de justiça e compará-los com a expectativa da sociedade.

Cerca de quatro anos após a veiculação das matérias aqui analisadas, a Sportv, canal de TV por assinatura pertencente à Rede Globo, trouxe para os seus programas noticiosos o fato de que o juiz Edilson Pereira de Carvalho havia sido absolvido, pois os desembargadores entenderam que as ações praticadas por ele e pelos demais envolvidos não configurava a prática de um crime. Ao final da matéria, o apresentador, sobre a possível absolvição afirma “é uma coisa difícil da gente entender”.

Novamente se vislumbra um julgamento do personagem da matéria por parte de um jornalista da Globo. As condições de produção em ambos os momentos – durante a descoberta do escândalo e no momento do julgamento do árbitro Edilson Pereira – ao que tudo indica, mantêm-se inalterados. Assim, estão presentes nas reportagens as formações discursivas: “[...] as palavras, expressões, proposições, etc, mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, o que quer dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, em referência às posições ideológicas [...] nas

quais essas posições se inscrevem” (PÊCHEUX, 1988:160). Isto pode induzir o telespectador a absorver a ideologia imposta por uma mídia, indo ao encontro de interesses econômicos que, apesar de não serem percebidos por ele, o rodeiam desde o momento em que liga a televisão.

7 REFERÊNCIAS

- BORDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- BUCCI, Eugênio. **Sobre Ética e Imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- DA MATTA, R. BAETA, L. GUEDES, S. VOGEL, A. **Universo do Futebol: Esporte e Sociedade Brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.
- FOER, Franklin. **Como o futebol explica o mundo – um olhar inesperado sobre a globalização**. , Rio de Janeiro: Editor Jorge Zahar, 2004.
- GIULIANOTTI, Richard. **Sociologia do Futebol**. Sao Paulo: Nova Alexandria, 1999.
- GONÇALVES, J.R. **Coletânea de ética e legislação em jornalismo**. Palhoça: Unisul, e-apostila 2009.
- GONÇALVES, J.R. **Coletânea de ética e legislação profissional**. Palhoça: Unisul, e-apostila, 2008.
- GUARESCHI, Pedrinho. **Comunicação e Controle Social**. 2ª Edição. Petrópolis: Vozes, 1993.
- GUARESCHI, Pedrinho. **Comunicação e Poder**. 10ª Edição. Petrópolis: Vozes, 1987.
- GUIMARÃES, Eduardo. **Semântica do Acontecimento**. Campinas: Pontes, 2002.
- JOSÉ, Emiliano. **Imprensa e Poder**. Salvador: Edufba, 1996.
- KOFF, Rogério. **A Cultura do Espetáculo: Sete estudos sobre Mídia, Ética e Ideologia**. Santa Maria: FACOS, 2003
- KOSOVSKI, Ester. **Ética na Comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- LOPES, Genésio. **O Superpoder: O raio X da Rede Globo**. Rio de Janeiro: Ibrasa, 2001.
- MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. 2ª edição. São Paulo: Editora Senac, 2001.
- MARIANI, Bethania. **O PCB e a Imprensa: Os comunistas no imaginários dos jornais 1922-1989**. Campinas: Revan, 1998
- OLIVEIRA, P. **Introdução à Sociologia**. São Paulo: Atica, 2003.
- ORLANDI, Eni. **Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos**. Campinas: Pontes:, 2005
- PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso: Uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas: Ed da Unicamp, 1988
- PEREIRA, Moacir. **Imprensa e Poder: A Comunicação em Santa Catarina**. Florianópolis: Insular, 1992.
- RAMONET, Ignácio. **A Tirania da Comunicação**. 2ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

ROSA, Mário. **A Era do Escândalo**. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

TOLEDO, Luiz Henrique. **Lógicas no Futebol**. São Paulo: Hucitec, 2002.

ANEXOS

ANEXO A – REPORTAGEM DO BOM DIA BRASIL
TEMA: O CASE DO ÁRBITRO EDILSON PEREIRA DE CARVALHO

Link: <http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM359398-7823-POLICIA+FEDERAL+VAI+OUVIR+PAULO+NAGIB+FAYAD+SOBRE+ESCANDALO+DO+APITO,00.html>

Obs: A gravação da reportagem acompanha a versão digital, em DVD, desta monografia.

ANEXO B – REPORTAGEM DA REVISTA VEJA: “JOGO SUJO”

DIABETES
Uma revolução no
tratamento da doença

Editora ABRIL
edição 1924 - ano 38 - nº 39
28 de setembro de 2005

veja

www.veja.com.br



Edilson Pereira
de Carvalho,
juiz da Fifa,
o principal
envolvido
no escândalo

EXCLUSIVO

A MÁFIA DO APITO

Como uma quadrilha de apostadores comprava
juizes para "fabricar" resultados em partidas
dos campeonatos Brasileiro e Paulista



Especial

O Gaeco (Grupo de Atuação Especial e Repressão ao Crime Organizado do Ministério Público de São Paulo) e a Polícia Federal estão a ponto de dismantelar uma quadrilha montada com o objetivo de manipular resultados de partidas de futebol do Campeonato Brasileiro e do Paulista. Ela envolve um grupo de empresários, donos de bingos em São Paulo e Piracicaba (no interior paulista) e o árbitro Edilson Pereira de Carvalho, um dos dez juizes brasileiros pertencentes aos quadros da Federação Internacional de Futebol (Fifa), que reúne a elite da arbitragem mundial. Com os resultados acertados com o juiz, a quadrilha lucrava em apostas milionárias em sites de jogatina na internet. É o maior golpe na paixão dos brasileiros pelo futebol e um escândalo de repercussão internacional.

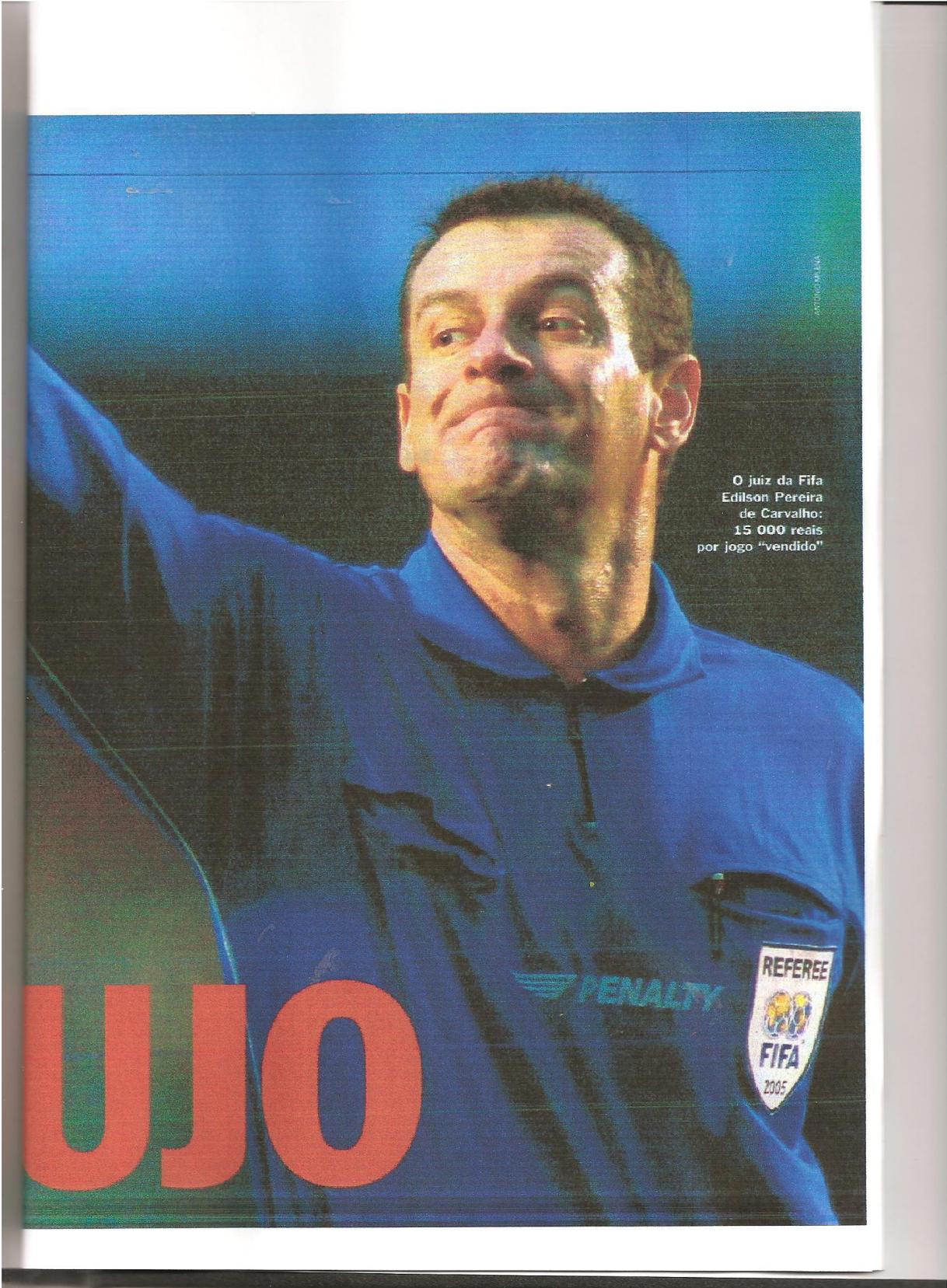
Gravações telefônicas mostram que Edilson, em conluio com os empresários, "vendeu" e, em outras oportunidades, tentou "vender" os resultados de muitas das 25 partidas que apitou desde janeiro deste ano nos que são alguns dos mais importantes torneios do futebol mundial, entre eles as copas Libertadores e Sul-Americana. Com base nos resultados combinados com o juiz, os empresários faziam apostas milionárias em dois sites de futebol na internet que oferecem loterias eletrônicas. A existência e o funcionamento desses sites no Brasil são proibidos e as apostas ocorrem de forma clandestina. O Gaeco já sabe que pelo menos mais um árbitro — Paulo José Danelon, ligado à Federação Paulista de Futebol e que apitou no Campeonato Paulista — fazia parte da quadrilha. Dois bandeiras, da mesma federação, também estão sendo investigados sob suspeita de participação no esquema. A quadrilha, segundo o Gaeco, teria lucrado com as fraudes mais de 1 milhão de reais nos últimos seis meses.

As investigações sobre a máfia do apito tiveram origem em uma apuração jornalística iniciada por VEJA em abril deste ano. Informado sobre o trabalho, o Gaeco obteve autorização judicial para monitorar as ligações telefônicas da quadrilha com ajuda da Polícia Federal. Os diálogos, gravados desde agosto deste ano, revelaram a existência de uma trama destinada a encher os bolsos de um grupo de apostadores à custa da boa-fé de milhares de torcedores que, ao adquirir ingressos para um espetáculo esportivo, se tornaram figurantes involuntários de uma fraude. Nela, a principal autoridade no campo, em vez de garantir a justiça do resultado e fazer com que o melhor time vença, dedicava-se a ajeitar o re-

**VEJA REVELA O MAIOR
ESCÂNDALO JÁ VISTO
NO FUTEBOL
BRASILEIRO: EM
CONLUIO COM
EMPRESÁRIOS, DOIS
JUÍZES — UM DELES
ÁRBITRO DA FIFA —
FRAUDAVAM
RESULTADOS DE
PARTIDAS PARA
LUCRAR COM APOSTAS**

André Rizek e Thais Oyama

JOGO S



ANTONIO CARVALHO

O juiz da Fifa
Edilson Pereira
de Carvalho:
15 000 reais
por jogo "vendido"

UJO

sultado da partida de acordo com seus interesses financeiros e os da quadrilha. Um juiz pode interferir decisivamente no resultado de um jogo. Ele pode forjar pênaltis, expulsar jogadores injustamente, validar gols ilegais e anular gols legítimos. Edilson Pereira de Carvalho e seus asseclas faziam essas tramóias, maculando a alegria de milhões de brasileiros, em troca de propinas que variavam entre 10 000 e 15 000 reais por partida.

Os juízes do esquema agiam da seguinte maneira: assim que eram escalados para um jogo (a escolha se dá por sorteio), comunicavam o fato ao empresário Nagib Fayad, de Piracicaba. Conhecido piloto de kart na cidade, ele é apontado pela investigação como um dos cabeças da máfia do apito. Avisado sobre a escalção do juiz comprado, Fayad ligava para os seus sócios — três donos de casas de bingo de São Paulo cujos nomes permanecem sob sigilo —, a fim de combinar o placar e o valor da aposta. Em seguida, Fayad registrava o palpite em dois sites de apostas: o Aebet e o Futbet. Ambos são clandestinos. Como se sabe, a lei brasileira proíbe jogos de azar.

Segundo as investigações, o Aebet, embora registre sede em Montreal, no Canadá, funciona, na realidade, no Rio de Janeiro. É aberto a qualquer internauta e recebe apostas para jogos de futebol ao redor do mundo, com versões em português, inglês e espanhol. Para apostar nele, basta preencher um cadastro e escolher a forma de pagamento das apostas: depósito bancário ou cartão de crédito. Quando o apostador ganha, seu dinheiro é depositado na conta bancária que ele usou para se registrar. O site aceita palpites também para corridas de Fórmula 1, lutas de boxe e jogos de basquete no Brasil e em outros países. O Futbet é um site fechado. Seu domínio está registrado em nome da empresa BR Ltda, de São Paulo, mas o Gaeco já sabe que seu verdadeiro proprietário mora em Piracicaba — a mesma cidade de Fayad. Os sites, pelo que se apurou até agora, não teriam participação no esquema.

O lucro da máfia do apito variava de acordo com o jogo em questão. Tanto o site Aebet quanto o Futbet estabelecem o valor do prêmio a ser pago aos apostadores (via depósito bancário) de acordo com a lógica das bolsas de aposta convencionais: se um time é considerado favorito em uma determinada partida, mais pessoas apostarão nele. E o prêmio, portanto, será menor — no caso dos sites usados pe-



A COMPRA DE

As conversas abaixo foram gravadas pela Polícia Federal entre os dias 6 e 8 de agosto. Nelas, o empresário Nagib Fayad, um de seus sócios em São Paulo e o juiz Edilson Pereira de Carvalho combinam a "compra" da partida entre o Vasco e o Figueirense, realizada no Rio no dia 7. O grupo aposta no site Aebet 150 000 reais na vitória do Vasco e combina pagar 15 000 reais a Edilson para que ele garanta o resultado. O juiz cumpre o combinado. Depois do jogo, Fayad diz que o site não aceitou a aposta do grupo, mas que irá pagar ao juiz mesmo assim.

"SE O CARA RECLAMAR, METO PRA FORA"

Na véspera do jogo, Fayad liga para Edilson e reclama que o árbitro falhou nos últimos jogos (entre eles, Juventude 1 x 4 Figueirense e Santos 4 x 2 Corinthians). Edilson se defende, culpando a boa performance do atacante Edmundo, do Figueirense, na partida contra o Juventude. O árbitro tenta animar o empresário a dar seguimento ao esquema:

Edilson: Amanhã eu faço Vasco e Figueirense.

Fayad: Qualquer coisa eu ligo pra você. Tô desanimado.

Edilson: O Figueirense joga sem cinco titulares. E o Vasco tem de ganhar de qualquer jeito (...). Vou marcar falta no meio-de-campo. Se o cara reclamar, meto pra fora (...). Não joga Edmundo, Cléber, Bilú e Axel (do Figueirense) (...)

Fayad: É brincadeira. Faz o seguinte: deixa eu ligar pra você até meia-noite, deixa que eu vou ver o que fazer.

Edilson: Tá jóia, o que você quiser. Pode jogar até os carros que você tem que amanhã eu saio de escolta (do jogo) do Figueirense.

Fayad: Não, beleza.

Edilson: Pode jogar até os seus carros pra gente tirar um pouco a diferença, pra mim e pra você, alguma coisa. Porque num jogo que você jogar forte, você recupera alguma coisa, né?

Fayad: Não tá fácil. Agora complicou um pouco, mas tem de buscar devagar agora.

Edilson: Sim, devagar. Mas se você quiser jogar o que você quiser amanhã, pra você recuperar uma boa parte... Vê o limite que você pode jogar e mete ferro, que eu meto ferro dentro de campo. Que eu tô invocado e você também, né?



Nagib Fayad: grampos mostram que ele "superfaturava" o suborno. Ao lado, cena do jogo em torno do qual gira a conversa reproduzida no quadro

"TEM UNS TROCADOS PARA O BANDEIRA TAMBÉM"

O jogo ainda não aconteceu. Fayad acertou com seus sócios uma aposta de 150 000 reais na vitória do Vasco. O sócio reclama com Fayad por estar dando dinheiro a "esse juiz f.d.p., depois de tudo o que aconteceu" (o não-cumprimento dos resultados em partidas acertadas anteriormente). Fayad, no entanto, convence o sócio a dar "outra chance" ao árbitro. Em seguida, liga novamente para Edilson:

Fayad: Edilson? Giba. Olha só: vamos fazer, então. Tem 15 000.

Edilson: Tá certo, tá certo. Tem uma outra coisa. Conversei com o bandeira*, chamei ele, pra garantir, e tem uns trocados pro bandeira também... Pediu 5 000.

Fayad: Cinco mil?! Dá 2 000.

Edilson: Eu disse que dava pro 3 000...

Mas vou falar 2 000, então.

Fayad: Então, tá fechado.

Edilson: Dá 17 000, então.

Fayad: Isso.

Edilson: Você quer que eu te ligue? Quando for 10, 10 e pouco, eu posso te ligar.

M JOGO EM CINCO DIÁLOGOS



Fayad: Não precisa, não, tudo certo. Hoje é minha vida que está em jogo, cê tá entendendo? Vai dar tudo certo?
Edilson: Pode ter certeza... Se Deus quiser, Giba.

(Em seguida, as escutas policiais flagram conversa entre Fayad e um de seus sócios em que o empresário "superfatura" o suborno pago a Edilson. Diz que o juiz pede "30 000 reais" para vender a partida)

"JÁ EXPULSA DOIS, JÁ DÁ O PÊNALTÍ!"

No dia do jogo, pela manhã, o empresário Fayad e o juiz Edilson voltam a conversar:

Fayad: Mas, fio, qual a certeza que ocê dá pra mim hoje?

Edilson: Máxima, né?

Fayad: Qual a certeza?

Você dá essa certeza?

Edilson: Hoje vou falar uma coisa pra você, pra nós dois: pelo amor de Deus, viu, meu amigo que precisa e ainda perdeu.

Fayad: Pelo amor de Deus, minha vida que tá em jogo!

Edilson: A nossa.

Fayad: Então, tá bom, beijoca.

Edilson: Pode crer, meu amigo.

Fayad: Pelo amor de Deus. Olha, lembra bem disso: já expulsa dois, já dá o pênalti, pelo amor de Deus. Pelo amor de Deus mesmo!

Edilson: Já vai tomando o seu uísque, já.

Fayad: Um abraço, beijoca.

Edilson: Fica com Deus.

PÊNALTÍ "ESCANDALOSO"

Durante o jogo, Fayad liga para um de seus sócios em São Paulo e comemora, eufórico:

Fayad: Oi, você está vendo?

Sócio: Não.

Fayad: Já tá 1 a 0. Diz que o pênalti foi escandaloso.

"ELES ESTÃO DESCONFIADOS"

No dia seguinte à vitória do Vasco, Fayad liga para Edilson para dizer que o site não aceitou a aposta do grupo, mas garante que pagará ao juiz pelo

"trabalho". Fayad diz que os proprietários do site já estão desconfiados de Edilson. O juiz tenta sugerir alternativas para prosseguir no esquema:

Edilson: Mas e se for outra pessoa apostar, então?

Fayad: Não dá. Não abrem a aposta, entendeu? Achei que era porque o Figueirense estava com muitos reservas, e nesse caso eles não aceitam mesmo. Mas é isso: nos três últimos jogos que ocê apitou, apostamos pesado. Tão desconfiados mesmo... Vamos ter de dar um jeito. Eu tentei te ligar.

Edilson: Tinha uma ligação lá, eu vi.

Bom, a gente se fala para ver como é que fica.

Fayad: Mas ocê fica tranquilo que comigo ocê não vai perder, fica tranquilo.

Edilson: Então, tá bom. A gente se fala.

*Os dois bandeiras que auxiliaram o juiz Edilson na partida foram Márcio Luiz Augusto e Francisco Rubens Feitosa, ambos de São Paulo



Os promotores José Reinaldo Guimarães Carneiro (à esq.) e Roberto Porto: ação conjunta com a PF



lo esquema, em torno de uma vez e meia o valor bancado pelo apostador. Já por um palpite numa equipe com menos chances de vitória, o Aebet e o Futbet pagavam até mais de seis vezes o valor apostado. A tática da quadrilha era apostar quantias vultosas — entre 150 000 e 200 000 reais —, na maioria das vezes em times tidos como favoritos. “Dessa forma, caberia aos árbitros do esquema apenas garantir que não haveria as chamadas ‘zebras’”, explica o promotor José Reinaldo Guimarães Carneiro, do Gaeco. A desfaçatez da quadrilha era tamanha que, em um dos diálogos gravados pela polícia (veja trechos na pág. 74), Edilson garante a Fayad que ele pode “jogar até os carros” que tem na vitória do Vasco, que enfrentou o Figueirense na 18ª rodada do Campeonato Brasileiro. “Vê o limite que você pode jogar e mete ferro, que eu meto ferro dentro de campo”, diz Edilson. O árbitro promete que irá fazer o resultado combinado “nem que tenha de sair do estádio sob escolta”.

As escutas telefônicas mostram que, em algumas partidas, como aquela em que o Figueirense venceu o Juventude por 4 a 1, no último mês de julho, o juiz Edilson não conseguiu produzir o resultado combinado com seus cúmplices. Em uma das conversas captadas pela PF, o árbitro Edilson lembra ao empresário Fayad que tentou favorecer o Juventude com um pênalti mas “eles erraram”. Na partida, o árbitro marcou um pênalti a favor do Juventude. A bola chutada pelo atacante Zé Carlos foi defendida pelo goleiro do Figueirense.

As gravações da polícia indicam ainda que a ação da quadrilha despertou a aten-

ção de pessoas fora do âmbito da investigação. Pelo menos um dos dois sites usados pela quadrilha, o Aebet, vinha recusando apostas em jogos apitados pelo juiz Edilson. Duas das partidas que ele arbitrou na 21ª e na 24ª rodadas do Campeonato Brasileiro (Internacional x Coritiba e São Paulo x Corinthians) permaneceram fechadas para apostas no site. Foram os únicos jogos não liberados para palpite entre as 22 partidas das duas rodadas.

A interdição não passou despercebida pela quadrilha. Em um dos diálogos captados pela investigação, Fayad diz a Edilson que eles terão de “dar um jeito”, já que, como o grupo apostou “pesado nos últimos três jogos” apitados pelo juiz, “eles (os proprietários do site) estão desconfiados”. O Gaeco e a PF já sabem que Edilson foi apresentado à máfia do apito por outro árbitro, Paulo José Danelon, que já atuava no esquema antes dele. Esse segundo árbitro apita atualmente na segunda divisão do Campeonato Brasileiro. Mora em Piracicaba e era secretário da Faculdade de Odontologia da Unicamp, até ser demitido no início deste mês por justa causa. Como Edilson e Fayad, ele poderá ter a prisão decretada ainda nesta semana.

O artigo 275 do Código Brasileiro de Justiça Desportiva determina que as partidas cujos resultados sofram alteração em consequência de má-fé do árbitro deverão ser anuladas. Nesse caso, o Campeonato Brasileiro — que vinha registrando aumento de público e uma das maiores médias de gols de toda a sua história — sofreria uma mudança na sua tabela de classificação. Se as partidas apitadas por Edilson forem anuladas, confor-

me determina o Código, o Internacional perderia a liderança isolada e Vasco e Cruzeiro ficariam mais perto da zona de rebaixamento para a segunda divisão (veja quadro na pág. 80). O resultado do Campeonato Paulista, encerrado no último mês de abril, também teria de ser alterado no que diz respeito à relação dos times rebaixados à segunda divisão: União Barbarense, União São João, Atlético Sorocaba e Inter de Limeira. As revelações sobre as fraudes cometidas pelos árbitros Edilson e Danelon neste torneio, no entanto, não tirariam o título do São Paulo. O time venceu o campeonato com uma vantagem de oito pontos sobre o segundo colocado, o Corinthians. Mesmo a anulação das partidas apitadas pelos árbitros flagrados vendendo sua honra e seus apitos não reverteria essa situação.

Edilson sempre gozou de boa reputação como árbitro. Ultimamente, porém,

O CASO TOTONERO

O maior escândalo de corrupção no futebol explodiu em 1980, na Itália. Conhecido como Caso Totonero, ele chocou o mundo e, claro, os italianos — tão ou mais aficionados do esporte do que os brasileiros. As investigações concluíram que uma máfia de apostadores havia aliado atletas, juizes e dirigentes para fabricar resultados dos jogos que compunham os cartões da Totonero. Loteria esportiva clandestina, ela movimentava centenas de milhares de dólares por semana e tinha mais de 3 000 agentes es-



Ao lado, Edilson xinga o zagueiro Sebá (o primeiro à esquerda com o uniforme do Corinthians). Acima, o juiz Danelon apita jogo do Santos, no Paulistão

vinha chamando atenção mais por suas atitudes controversas. No início do mês, durante uma partida entre Corinthians e São Paulo, ele foi acusado de ter xingado o zagueiro Sebá e o atacante Tevez, ambos argentinos, de "gringos de m...". O Corinthians entrou com uma ação contra ele no Superior Tribunal de Justiça Desportiva. O julgamento será realizado na semana que vem. Em 2003, o árbitro havia sido acusado de apresentar à Federação Paulista um falso diploma de conclusão do 2º grau — a instrução mínima exigida para os juizes brasileiros. O caso morreu. Não chegou sequer a ser investigado pela Federação.

Quarenta e três anos, casado, pai de

uma filha e morador de um condomínio fechado de padrão classe média em Jacareí (interior de São Paulo), Edilson é um lateral-esquerdo frustrado. Na juventude, tentou ser jogador de futebol. Fez testes no São José, mas nunca conseguiu ser contratado. Tornou-se árbitro em 1991. Em 1994, apitou seu primeiro jogo profissional, no Campeonato Paulista. Em 1999, indicado pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF), entrou para os quadros da Fifa, conquistando a gradação máxima para um juiz. Os árbitros da Fifa — que, no Brasil, ganham 2.500 reais por jogo apitado — são os únicos aptos a trabalhar em competições internacionais, como a Copa do Mundo. Edil-



GUTTI NUNES

Rossi: absolvido pela Justiça comum e punido pela Desportiva

por atletas (alguns acertos de jogos, segundo ele, não estavam sendo respei-

dos) e contou tudo à polícia. Num mesmo dia, treze jogadores foram presos em estádios italianos. Além de Rossi, foram detidos atletas da seleção como Enrico Albertosi, Bruno Giordano e Giuseppe Savoldi. O envolvimento de dirigentes e jogadores do Milan e da Lazio fez com

son nunca participou de nenhuma, mas arbitrou partidas importantes da Copa Libertadores (o mais relevante torneio sul-americano de clubes). Ele foi o juiz dos dois jogos da semifinal de 2000, entre Palmeiras e Corinthians, considerados embates históricos na história dos dois tradicionais clubes. Fora do campo, Edilson (também) é comerciante — tem uma frota de carros de aluguel e uma pequena fábrica de brinquedos.

Religioso, Edilson costuma cumprir um ritual antes do início de cada jogo que apita: levanta seus cartões amarelos e vermelhos — personalizados com a inscrição "Deus é Fiel" — e reza no centro do gramado. Agora, não adianta rezar: ele deverá ser indiciado pelos crimes contra a economia popular, de estelionato e formação de quadrilha. Afirma Roberto Porto, promotor do Gaeco: "As vítimas dele e do seu bando são, além dos próprios sites de aposta, os torcedores que pagaram ingresso no estádio para assistir a uma enganagem".

Em janeiro deste ano, um escândalo semelhante ao da máfia do apito brasileira explodiu na Alemanha. O árbitro Robert Hoyzer foi preso sob acusação de manipular cinco resultados de jogos da segunda e terceira divisões e da Copa da Alemanha, todos em 2004. Investigações do Ministério Público daquele país concluíram que o juiz foi aliciado por uma gangue de apostadores — supostamente originária da Croácia e, a exemplo da máfia brasileira, ligada a loterias eletrônicas clandestinas da Europa. Hoyzer admitiu o crime, foi afastado definitivamente do futebol e agora responde a um processo que pode lhe render até dez anos de cadeia. Por determinação da Justiça, o Hamburgo, um dos times elimina-

palhados pelo país encarregados de recolher os palpites. O atacante Paolo Rossi, então com 23 anos e tido como o melhor jogador italiano, foi apontado como um dos participantes do esquema, ao lado de mais 37 denunciados. Ele foi absolvido pela Justiça comum e suspenso por 23 meses pela Justiça Desportiva italiana.

O escândalo se tornou público graças à revelação de um bookmaker, chamado Alvaro Trínca, que se sentiu traído

que os dois times acabassem rebaixados para a segunda divisão. Assim como Rossi, a maioria dos jogadores denunciados passou por um curto período de detenção e sofreu punições no âmbito da Justiça Desportiva — que, em alguns casos, significou o afastamento definitivo do futebol. O atacante Rossi, depois de cumprir a suspensão, voltou a jogar às vésperas da Copa do Mundo de 1982. Desacreditado no torneio, foi o autor dos três gols da Itália que eliminaram o Brasil de Sócrates e Zico na famosa derrota por 3 a 2, no Estádio Sarría.

dos da Copa da Alemanha por causa da arbitragem fraudulenta de Hoyzer, foi indenizado pela federação alemã. Outros países, como Finlândia, Cingapura e Vietnã, também tiveram seu futebol recentemente conturbado por denúncias de compra de resultados. O aumento da manipulação das partidas por apostadores de loterias eletrônicas — assim como o da lavagem de dinheiro de clubes por parte de investidores do Leste Europeu — está hoje entre as principais preocupações da Fifa. Em um Congresso realizado no início do mês, em Zurique, na Suíça, a entidade criou um grupo de trabalho para estudar meios de combater os dois problemas. O grupo é presidido pelo brasileiro Ricardo Teixeira, presidente da CBF.

As loterias esportivas eletrônicas existem há pelo menos dez anos na internet — substituíram bolsas de aposta clandestinas como a italiana Totonero, que, nos anos 80, foi pivô do maior escândalo de corrupção do futebol mundial (veja box na pág. 76). Por meio desse novo sistema, internautas vietnamitas hoje podem apostar em jogos do Campeonato Brasileiro, italianos podem dar palpites em partidas de torneios israelenses, e assim por diante. Atualmente, o principal domicílio das loterias eletrônicas é a Inglaterra. Lá, a prática é permitida por lei e virou mania entre a população. VEJA apurou que a quadrilha do apito se preparava para lucrar em euros apostando no LiveScore, um dos mais famosos sites ingleses.

Pode-se dizer a favor da profissão de árbitro de futebol que o fato de apenas Edilson Pereira de Carvalho e Paulo José Danelon terem sido pegos diretamente pela investigação é uma prova de que os demais são corretos. Sim. Mas a descoberta da ação da máfia do apito é um duro golpe contra a credibilidade de toda a arbitragem brasileira. Ela lança uma sombra de desconfiança sobre os gramados dos estádios nacionais. Em quase todas as rodadas dos campeonatos, erros graves cometidos por juízes costumam virar tema de intermináveis discussões nas mesas-redondas de domingo. Até o momento, no entanto, acreditava-se que isso ocorria apenas por deficiência técnica dos árbitros. Mas, a partir das revelações contidas nesta reportagem, os torcedores têm o direito de achar

APITO SOB SUSPEITA

Como foram os jogos apitados pelo juiz Edilson Pereira de Carvalho no Campeonato Brasileiro



8 de maio

VASCO 0 x 1 BOTAFOGO

O gol do Botafogo aconteceu graças a um pênalti que o próprio juiz Edilson Pereira de Carvalho, em conversa com a reportagem de VEJA, admitiu não ter existido. O pênalti foi marcado aos 19 minutos do segundo tempo. O Gaeco tem informações de que a partida foi "vendida".

2 de julho

PONTE PRETA 1 x 0 SÃO PAULO

Edilson acertou em um lance polêmico: um pênalti para o São Paulo, dado no final do jogo e defendido pelo goleiro de Ponte Preta. Observadores afirmam que o pênalti foi legítimo.

16 de julho

PAUSANDU 1 x 2 CRUZEIRO

Não houve lances polêmicos.

24 de julho

JUVENTUDE 1 x 4 FIGUEIRENSE

As escutas feitas pela polícia mostram Edilson explicando aos chefes por que não conseguiu produzir o resultado acertado entre eles. Diz que o jogador Edmundo, do Figueirense, "acabou com o jogo". Edmundo fez três gols. O juiz culpou ainda o Juventude por ter perdido um pênalti marcado por ele e destinado a favorecer o time.

31 de julho

SANTOS 4 x 2 CORINTHIANS

Conversas captadas pela polícia depois do jogo mostram o empresário Fayad cobrando Edilson pela derrota do Corinthians, time no qual havia apostado. O juiz tentou se explicar dizendo que o Santos jogou muito melhor e que ele não pôde fazer nada. Prometeu se "recuperar" no jogo seguinte, nem que saísse "de escolta" do estádio.



7 de agosto

VASCO 2 X 1 FIGUEIRENSE

Edilson cumpriu a promessa de garantir a vitória do Vasco. Prejudicou o Figueirense ao deixar de marcar dois pênaltis a favor do time. Gravações telefônicas flagram o juiz dizendo ao empresário Fayad que ele teve de colocar "um auxiliar" no esquema. Os dois bandeiras que participaram do jogo serão ouvidos pelo Gaeco



7 de setembro

SÃO PAULO 3 X 2 CORINTHIANS

Às 10h44 da véspera da partida, Edilson disparou um torpedo de seu celular para o aparelho de Fayad avisando que apitaria o jogo. A partida foi decidida com um pênalti duvidoso para o São Paulo. O Corinthians acusou o árbitro de ter ofendido seus jogadores. Novamente, o site Aebet não permitiu apostas para a partida



10 de agosto

CRUZEIRO 4 X 1 BOTAFOGO

A arbitragem foi duramente criticada nessa partida. Edilson inverteu a marcação de várias faltas que deveriam ser apitadas em favor do Botafogo e anulou um gol do time, considerado legítimo, feito aos 53 minutos do primeiro tempo



14 de agosto

JUVENTUDE 2 X 0 FLUMINENSE

Observadores afirmaram que o juiz prejudicou o Fluminense ao marcar um pênalti que não teria existido. Durante a partida, Edilson também expulsou um jogador do time



10 de setembro

FLUMINENSE 3 X 0 BRASILIENSE

De novo, na véspera da partida, às 17h25, Edilson disparou um torpedo para Fayad, comunicando ao empresário que estaria no jogo: "Fluminense x Brasiense. Um abraço". Dessa vez, o site Aebet abriu apostas. A vitória do Fluminense pagou 1,37 real para cada real apostado. A polícia ainda investiga se houve negociação da partida



21 de agosto

INTERNACIONAL 3 X 2 CORITIBA

Escutas mostram Fayad dizendo aos sócios que não conseguiu fazer aposta no site Aebet. O empresário comenta que os proprietários do site estão desconfiados da existência do esquema e, por isso, vetaram apostas para a partida. O jogo não teve polêmica de arbitragem



ANTONIO MIL BRAS/EDUARDO NICOLAUZE; MARCOS EPITAFI/AGF; MARCO FONSECA/AGF; MARCO VARELA/AGF; MARCELO PEREIRA

que os erros podem estar a serviço de uma quadrilha de espertalhões. Um gol legítimo anulado ou um pênalti escandaloso não marcado podem decidir uma partida ou um campeonato. Como saber se o espetáculo não foi manipulado pelo árbitro em troca de dinheiro? Como saber se a alegria de uns torcedores e as frustrações de outros foram decididas pela qualidade e pelo empenho dos jogadores em uma disputa leal dentro do campo — ou foram apenas fruto da ganância de meia dúzia de apostadores? Como saber?

Os sites Aebet e Futbet, usados pela máfia do apito, existem desde 2002. Há quase uma década é também possível fazer apostas de jogos dos campeonatos brasileiros em sites internacionais, como o LiveScore. O fato de o Aebet já ter recusado apostas em jogos apitados por Edilson não indica apenas que seus proprietários já vinham desconfiando da atuação do juiz: sugere também que eles têm alguma experiência com esse tipo de fraude. Nada garante, portanto, que não haja outros Fayads e Edilsons operando há anos no futebol nacional — e fazendo de bobos os torcedores brasileiros.

O único escândalo já registrado no futebol do país que pode se assemelhar ao agora revelado por VEJA foi o que ficou conhecido como o da "máfia da loteria esportiva". Em 1982, a revista *Placar* denunciou a existência de um esquema — envolvendo, além de juizes, jogadores, dirigentes e jornalistas — destinado a manipular os resultados da loteria esportiva. Vinte pessoas foram indiciadas em inquérito policial — comandado, na ocasião, pelo atual diretor da Polícia Federal, delegado Paulo Lacerda. No processo que se seguiu ao inquérito, porém, ninguém foi condenado. No caso da máfia do apito, dada a veemência das provas colhidas até agora, é provável que o resultado seja diferente. A revelação de mais um escândalo de corrupção é salutar no seu efeito depurador. Mas a decepção que ela representa para os milhões de brasileiros apaixonados pelo esporte — bem como o prejuízo que deverá causar à imagem do futebol brasileiro no exterior — é imensurável. O Brasil — do mensalão, do vale-roduto e dos dólares na cueca — não merecia mais essa.

Edilson, em sua casa, ao lado de imagem do jogo do Vasco, fraudado em troca de propina, segundo a investigação



MUDANÇA NA CLASSIFICAÇÃO

Saiba como está hoje a tabela do Campeonato Brasileiro e como ela ficaria no caso de anulação das partidas apitadas pelo juiz Edilson Pereira de Carvalho

COMO ESTÁ (27ª rodada)

	PONTOS	JOGOS
1º Internacional	50	27
2º Goiás	47	27
3º Corinthians	47	27
4º Fluminense	47	27
5º Santos	47	27
6º Palmeiras	42	27
7º Ponte Preta	41	27
8º Paraná	41	27
9º Botafogo-RJ	40	27
10º Fortaleza	39	27
11º São Paulo	37	27
12º Cruzeiro	37	27
13º Juventude	37	27
14º Coritiba	35	27
15º Atlético-PR	33	27
16º Vasco	33	27
17º São Caetano	32	27
18º Flamengo	31	27
19º Atlético-MG	29	27
20º Brasiliense-DF	28	27
21º Figueirense	26	27
22º Paysandu-PA	23	27

COMO FICARIA

	PONTOS	JOGOS
1º Internacional	47	26*
2º Corinthians	47	25*
3º Goiás	47	27
4º Fluminense	44	25*
5º Santos	44	26*
6º Palmeiras	42	27
7º Paraná	41	27
8º Fortaleza	39	27
9º Ponte Preta	38	26*
10º Botafogo-RJ	37	25*
11º Coritiba	35	26*
12º São Paulo	34	25*
13º Juventude	34	25*
14º Atlético-PR	33	27
15º São Caetano	32	27
16º Cruzeiro	31	25*
17º Flamengo	31	27
18º Vasco	30	25*
19º Atlético-MG	29	27
20º Brasiliense-DF	28	26*
21º Figueirense	23	25*
22º Paysandu-PA	23	26*

* Equipes que, com a anulação dos jogos apitados por Edilson, ficariam com um número de partidas menor do que o dos concorrentes e seriam obrigadas a disputar novamente os jogos cancelados.