

MÍDIA ESPORTIVA: ANÁLISE DA COBERTURA DA COPA PETROBRAS DE TÊNIS NA ORLA DA PRAIA DE ATALAIA/ARACAJU-SE

André Quaranta
Érika Rocha
Luciana Caroline Pina Garcia
Paula Aragão
Sergio Dorenski Ribeiro

RESUMO

Este estudo analisa a cobertura jornalística da Copa Petrobras de Tênis em Aracaju/SE. Faz parte do “Projeto Orla” que envolvem as competições esportivas, os espaços públicos de lazer e as tribos que freqüentam a orla da praia de Atalaia. De enfoque qualitativo/descritivo, revelou: a contradição entre a tentativa de popularizar o tênis e a “deselegância” do público que presenciava o evento; a lógica de “circulação circular da informação” no tocante ao herói esportivo; os interesses econômico/políticos que estão por trás da competição. As matérias dos jornais revelam uma lógica formal das narrativas.

Palavras-chave: Esporte. Mídia. Tênis.

ABSTRACT

This study it analyzes the journalistic coverage of the Petrobras of Tennis Cup in Aracaju/SE. It is part of the “Project Edge” that they involve the sports competitions, the public spaces of leisure and the tribes who frequent the edge of the beach of Atalaia. Of descriptive qualitative approach/, it disclosed: the contradiction between the attempt to popularize the tennis and the “inelegance” of the public who witnessed the event; the logic of “to circulate circulation of the information” in regards to the sport hero; the economic/political interests that are behind of the competition.

Keywords: Sports Media. Sports. Tennis.

RESUMEN

Este estudio analiza la cubierta periodística de la competición del Petrobras del tenis en Aracaju/SE. Es parte del “borde del proyecto” ese ellos implica las competiciones de los esportivas, los espacios públicos del ocio y las tribus eso frecuentan el borde de la playa de Atalaia. De acercamiento cualitativo descriptivo, divulgó: la contradicción incorpora la tentativa a punt de popularizar el tenis y el “inelegance” del público atestiguó el acontecimiento; la lógica de la “circulación circular de la información” en respeto al héroe del esportivo; los intereses económicos/políticos eso están a punt de al revés de la competición.

Palabras-clave: Deporte. Mídia. Tênis.

INTRODUÇÃO

Este estudo faz parte do “Projeto Orla”¹ do Grupo Observatório da Mídia Esportiva/UFS, que envolvem as diversas manifestações da cultura no espaço compreendido da Orla da Praia de Atalaia, na cidade de Aracaju-SE. Dentre os diversos eventos esportivos² que acontecem na Orla é a Copa Petrobras de Tênis - nas quadras da Federação Sergipana de Tênis³(FST) - que nos chama atenção para reflexões.

A problemática da pesquisa enfocou a cobertura jornalística de um evento dessa natureza, portanto, nosso objetivo foi analisar a cobertura da Copa Petrobras de Tênis, pela mídia impressa. Outras questões investigativas inquietam a pesquisa: os aspectos turísticos na rede hoteleira, bares e restaurantes, no momento em que ocorre este torneio; o olhar da comunidade em geral (FST, rede hoteleira,) acerca de um evento deste porte, para entender as relações políticas, econômicas e sociais que se configuram no referido complexo de lazer. Por fim, o porquê de ocorrer privilegiadamente, em nosso país, na Orla de Atalaia em Aracaju – SE.

O fenômeno esportivo é mesmo fascinante. Poucos se perguntam o porquê de uma competição internacional neste espaço, ou quais interesses, principalmente econômicos, estão presentes na competição. Um espaço de 6 (seis) mil metros de extensão⁴ poderia compor diversos “campos de pelada” para a população. Mas, não se fecham as portas literalmente, abre-se o fetiche do fenômeno esportivo como se fosse acessível a todos. Talvez, esta seja uma contribuição do estudo, a de revelar tais contradições.

O ESPORTE NA MODERNIDADE: O TÊNIS EM DEBATE

Não resta dúvida que o esporte (na sua dimensão telespetáculo⁵) transformou-se no epicentro⁶ - aqui, explicitamente entendido na sua ruptura a partir do século XVIII e XIX⁷ - e longe de uma dimensão geológica, mas, sobretudo, no que veio a configurar-se na atualidade, a partir dos meios de transmissão de massa e sua face mercadoria. Ou seja, a representação máxima e de grande intensidade que modificou este fenômeno da cultura corporal de movimento.

Vários estudos (BRACHT, 1997; LUCENA, 2001) apontam que o esporte vem de um processo de elitização e acaba em algumas modalidades a exemplo do futebol no Brasil, popularizando-se. Percebemos que esportes como o Tênis mantém uma tradição se não na sua base, em que há tentativas de oportunizar aos demais sujeitos da sociedade a sua prática, pelo menos nos torneios/campeonatos oficiais no qual, concretiza-se a relação espetáculo-mercadoria.

¹ O Projeto foi elaborado pensando em três eixos centrais na orla da praia de Atalaia: 1. Os Espaços Públicos de Lazer; 2. As Competições Esportivas; 3. As “tribos”- frequentadores.

² Destacam-se: Circuito Nacional de Vôlei de Praia; competição de Kart; Campeonatos de Skate; Ciclismo; corridas.

³ A FST foi fundada em 1º de março de 1974, pelos clubes: Associação Atlética de Sergipe, Iate Clube de Aracaju e Cotinguiba Esporte Clube (www.fstenis.com.br), hoje, localiza-se na orla da praia de Atalaia.

⁴ www.orladeatalaia.com.br

⁵ Betti (1998).

⁶ Termo que designa, em geologia, o ponto da superfície terrestre onde se registra a intensidade máxima de um movimento sísmico. Em geral situado sobre o hipocentro, ponto subterrâneo em que se origina o foco do sismo <http://pt.wikipedia.org>.

⁷ Ver Bracht (1997).

A Copa Petrobras de Tênis

Iniciada em 2004 e classificada como um torneio Challenger⁸, a Copa Petrobras de Tênis é organizada pela Koch Tavares⁹. Este torneio foi lançado no patamar dos circuitos profissionais de grande porte na América Latina, oferecendo grandes premiações e pontos no ranking oficial da ATP¹⁰. O objetivo¹¹ é proporcionar a jovens jogadores a oportunidade de participar de torneios de alto nível, com boa premiação e somar pontos para o ranking mundial da ATP.

METODOLOGIA

Para a construção deste estudo, partimos do pressuposto teórico-conceitual da Pesquisa Descritiva com Abordagem Qualitativa (TRIVIÑOS, 2006; MINAYO, 1994, 2007). Na coleta de dados utilizamos a observação - Diário de Campo (DC) - para poder registrar as particularidades envolvidas no fenômeno. A entrevista do tipo semi-estruturada (SE) serviu de base para registrar o que os sujeitos tiveram a nos dizer sobre o fenômeno estudado.

A delimitação envolveu as edições dos jornais no período correspondente à semana anterior do evento (29.09.2008) até a semana posterior (11.10.2008). Os jornais selecionados foram: Jornal da Cidade¹² (JC); Jornal do Dia¹³ (JD), Correio de Sergipe¹⁴(CS); e o Jornal Cinform¹⁵(CIN), dos quais transcrevemos as matérias/propagandas que fizeram alusão ao torneio e em seguida analisamos a partir de temáticas surgidas do próprio campo.

Os sujeitos da pesquisa foram divididos em cinco grupos: os representantes dos patrocinadores e organizadores – Presidente da Federação Sergipana de Tênis (PFST) - o diretor da Octagon Koch Tavares, o diretor da Petrobras; os administradores ou gerentes da rede hoteleira, bares e restaurantes próximos ao local do evento; os atletas sergipanos que atuaram no torneio por fim, jornalistas que fizeram cobertura do evento.

ANALISANDO..., REFLETINDO..., OBSERVANDO

⁸ www.copapetrobras.com.br.

⁹ A Koch Tavares é uma empresa prestadora de serviços que integram eventos esportivos e entretenimento desde 1972. Esta empresa atua no gerenciamento da carreira dos atletas; organização, promoção e produção de eventos (www.kochtavares.com.br).

¹⁰ Associação de Tenistas Profissionais. Criada em 1972 para defender os interesses dos jogadores masculinos de [tênis](#). As jogadoras femininas constituíram a Associação das tenistas femininas no ano seguinte com o mesmo objetivo. Em 1990, a Associação começou a organizar os principais torneios mundiais da modalidade, atualmente conhecidos como *Torneios da ATP*. (<http://pt.wikipedia.org>)..

¹¹ www.copapetrobrasdetenis.com.br.

¹² Jornal de grande circulação e tradição no Estado de em Sergipe. Fundado em 02 de fevereiro de 1970.

¹³ Fundado 11 de janeiro de 2005. Com publicação diária, em formato tablóide, o jornal possui uma circulação média de 5 mil exemplares de terça-feira a sábado e de 7 mil exemplares aos domingos.

¹⁴ Fundado em 21 de janeiro de 2001 pelo empresário, João Alves Neto. O jornal possui periodicidade diária.

¹⁵ Fundado em 1982, o Jornal Cinform possui uma circulação semanal, é distribuído em todos os municípios de Sergipe.

A análise da pesquisa concatena uma triangulação de dados que envolvem a captura das informações nos jornais; a observação (DC); e entrevistas (SE), neste aspecto, surgiram algumas categorias ou temáticas que fazem parte deste contexto.

“O Público não Cala o Bocó¹⁶”: O conflito entre a elitização e a popularização do esporte

O tênis mantém um rigor no tocante à “disciplina” dos atletas e do público (“ensurdecedor” silêncio). A Copa Petrobras de Tênis (2008) revelou um conflito entre a tentativa de popularizar o tênis e a formação cultural do público sergipano. Os organizadores, os atletas presenciaram um barulho provocado pelo público (gritos dos torcedores) e outros (carro de som de propaganda política) que atrapalhavam a competição. Observem:

Nada habituado com a rígida regra do silêncio imposta às platéias de tênis, o público sergipano se sacrificou [...] para calar o bocó [...]. Do lado de fora, ao menos uma dúzia de carros de som com propaganda política [...] em altíssimo volume. [...] Isso é uma tremenda falta de educação [...] (JORNAL CIFORM, 12/10/2008, p.12).

Até quando a Instituição Esportiva vai tolerar esta “falta de educação”? A nosso ver não foi nada absurdo, pois condiz com as características de nossa sociedade, extremamente semiformada (ADORNO, 1996) que segue na onda de qualquer movimento de massa. Para o esporte/tênis isso foi uma deselegância à “aristocracia esportiva”. Acreditamos que a relação econômica, vai determinar seus rumos, pois este foi o momento para popularizar o tênis no Estado de Sergipe:

Para o Presidente da Federação Sergipana de Tênis, Gonçalo Sobral, a Copa Petrobras é um evento, [...], inspirador. “É em realizações como essa que surgem novos valores tanto para o tênis local quanto para o nacional. [...] Tentaremos popularizar ainda mais o esporte, pois queremos quadras cheias em eventos assim”. [...]. (JORNAL CIFORM 12/10/2008, p.12).

O Presidente da FST reconhece que há muitos pretendentes a sediar o Evento. Acreditamos que ter as condições básicas – hotéis e quadras disponíveis – não serão suficientes, os conchavos político-econômicos ditará as regras do jogo e determinará sua permanência!

Não tenho dúvida que existe um lado político [...]. A Copa Petrobras quando veio para cá, o presidente era o Zé Eduardo. [...] A Petrobras aqui no estado é uma das grandes empresas que sempre alavancou a economia do nosso estado. Foi [...] também uma questão de interesse político. Já tentaram tirá-la daqui e levá-lo para outro estado. [...] hoje a “Koch” está satisfeita [...] (PFST).

¹⁶ Jornal Ciform – referindo-se ao barulho que o público fazia durante as partidas.

Ora abrem-se espaços para popularizar, ora fecham-se as quadras para manter o padrão elitizado do jogo. O torneio de tênis no estado demonstra a comunhão entre as políticas públicas de incentivo ao esporte e lazer e a ascensão de instituições (empresariais e esportivas).

O “Canto” do Herói, Cadê Ulisses?!

Fica evidente que o status adquirido pelo atleta no mundo esportivo é o combustível para a veiculação (canto) e transmissão das “deixas” simbólicas (Thompson, 1998). Marcos Daniel, atual número 1 do Brasil (à época do torneio) envolvia a “circulação circular da informação” (Bourdieu, 1997), no caso específico do tênis. Os jornais traziam na expectativa¹⁷ a possibilidade de tornar-se campeão, pois, havia conquistado a etapa da Colômbia e era a promessa brasileira no torneio. Vejamos:

LANÇAMENTO DA COPA PETROBRAS DE TÊNIS EM ARACAJU. [...] o brasileiro Marcos Daniel é principal favorito da etapa da Colômbia [...]. (JD 23/09/08, p. 21)

Marcos Daniel tenista número 1 do Brasil, está confirmado entre os nove brasileiros que vão disputar a etapa da Copa Petrobras em Aracaju. (JC 24/09/08, p. B-7)

O enaltecimento do brasileiro não foi suficiente para quebrar os caprichos da “Fortuna”, pois, surge invicto o chileno Paul Capdeville que teve seu nome apresentado nos jornais em apenas dois momentos (lista de inscritos e final do evento) e leva a taça de campeão. Cadê o “Rei da Colômbia?”¹⁸.

Jogando um tênis de primeira linha, o chileno Paul Capdeville completou sua semana perfeita [...]. Foi sua primeira conquista na Copa Petrobras (JC 07/10/2008, p. b-7).

Outro herói “cantado” pela mídia, cuja participação reforça a intenção de popularizar o esporte e privilegiar Aracaju, que no olhar do presidente da FST significou um bom motivo para a presença dos espectadores sergipanos no torneio, foi o tenista Victor Maynard: “essa etapa foi ainda mais significativa por ter sido feita no ano em que o primeiro tenista sergipano pontuou na ATP” (CIN, Caderno Líder, 12/10/2008, p. 12). De certo modo, ascender os atletas sergipanos é retorno garantido no sentido de evidenciar a presença do Tênis em nosso Estado.

Os sergipanos [...] lotam as quadras [...] a chance de torcer pelo [...] tenista Victor Maynard. Prata da casa [...] hoje vive no interior¹⁹ aprimorando o seu jogo, quer mostrar que a distancia

¹⁷ As categorias elaboradas por Pires et. al. (2006) e Ribeiro et al. (2008), - Referência ao Local; Expectativa e Realismo; Preparação; Retrospecto; Ineditismo Feminino; Avaliando a Participação; Presente Perpétuo - aparecem com frequência nos enunciados dos jornais.

¹⁸ Marcos Daniel, em matéria do Jornal da Cidade (30/09/2008), é chamado de Rei da Colômbia atribuído em função das suas vitórias em Bogotá há quatro torneios seguidos, somando 20 jogos de invencibilidade.

¹⁹ Trata-se de Ribeirão preto/SP (Os Autores).

dos familiares e amigos, compensou todo o esforço [...] (CS 24/09/2008, p. B-7)

Esta “apelação jornalística” era o engodo para atrair o público sergipano e significar que existe um sergipano “bom de Tênis” que se configura entre os melhores do Brasil. “Ora, não era só estrutura, temos também o material humano” (reflexão dos autores), parece-nos que esta era a mensagem subliminar que se apresentava.

A Referência ao Local, bem como as Expectativas (PIRES et al 2006 e RIBEIRO et al 2008) em torno do sergipano ganharam uma dimensão apelativa. Mesmo os que não acompanham os torneios de tênis, sabiam que o tenista não tinha chances de ficar entre os melhores, parece-nos uma “forçação de barra” (na linguagem popular) para que os interesses possam aparecer. Os heróis foram sucumbidos, seja no plano nacional (Marcos Daniel), seja no plano Local (Victor Maynard).

Quem Ganha com a Copa Petrobras de Tênis?!

Há vários campos de interesses que envolvem a competição. Primeiro, seria diretamente ligado ao pagamento à própria FST (recebeu 20 mil reais); segundo, a rede hoteleira e os bares circunvizinhos que aumenta o número de clientes no período dos jogos; terceiro, as instituições/esportivas - Petrobrás, Koch Tavares que têm a possibilidade de ampliar sua imagem; quarto, os atletas que recebem pela conquista do torneio (para o campeão U\$ 75,000 setenta e cinco mil dólares); e quinto, o público que tem a possibilidade de assistir uma competição de alto nível com atletas internacionais, no Estado de Sergipe.

Todo mundo vê na televisão, vem assistir. Então, para o tênis em si, é de grande valia a Copa Petrobrás. [...] Hoje vamos ter hospedagens melhores do que no ano passado. Temos hotéis, a inauguração de 02 (dois) hotéis de 05 (cinco) estrelas [...] (PFST).

Koch Tavares [...] aluga o espaço físico. Toda a estrutura de aluguel de quadras, eles sempre passam uma taxa à Federação, [...] ajudou muito. [...] Copa Petrobras ajudou muito a Federação, [...] aparelhagem de som nova, bombas, redes novas, postes novos. (PFST).

O incentivo à prática esportiva constitui-se em condição obrigatória em qualquer governo democrático, no entanto, precisamos entender melhor as relações público-privadas que se materializam no atual momento político no Brasil. A Petrobras é uma empresa estatal gerada pela sociedade/trabalhadores brasileira; o Governo do Estado de Sergipe reforma uma Orla com 6 (seis) mil metros de extensão com dinheiro público e abre concessões para várias entidades esportivas “administrarem” os espaços. Qual foi a contrapartida que o Estado recebeu para a realização do Evento? Será que a Instituição Esportiva com seus agentes, aqui específico Koch Tavares, tirará a competição do Estado caso haja cobrança para realizar o Evento? Será que estamos vivendo um momento “estranho” no capitalismo em que a máxima da Revolução Burguesa que dizia *laissez-faire*, agora, traduz-se em “Estado, por favor, nos ajude!”

A Petrobrás mostra sua “cara” para o mundo. Parece-nos que este é o combustível de que precisa para que tudo possa, ou seja, “não mediremos

esforços/financeiros para mostrar nossa imagem” (reflexão do grupo). Não seria interessante que a Petrobras assumisse uma política de reformas nas escolas de todo país bem como, em praças públicas?; uma política de incentivo à prática esportiva, entre outras manifestações da cultura? Fica evidente que na sociedade do espetáculo estes “sonhos” ficam à margem. O retorno é imediato, se associarmos (Petrobras) à instituição esportiva (Koch Tavares) exibindo apenas o fetiche dessa mercadoria, a exemplo dos 25 (vinte e cinco) anos de parceria com o Flamengo-RJ renovando patrocínio de 14,2 milhões anuais²⁰. Além disso, a Petrobras explicitamente esclarece sua visão de marketing na utilização deste torneio²¹:

A Petrobras, depois do sucesso alcançado nas duas primeiras edições, decidiu investir mais uma vez no tênis como um dos instrumentos de integração de mercados abrangidos por sua área de negócios. Este ano, a Copa será realizada em cinco países: Colômbia, Uruguai, Brasil, Argentina e Paraguai.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: UMA PEQUENA INTRODUÇÃO

A Orla de Atalaia constitui-se num “observatório“, ou melhor, um “Ponto de Observação” freqüentado por um grande número de pessoas, principalmente nos finais de semana. O evento realizado – Copa Petrobras de Tênis – é só a ponta de um enorme *iceberg*. As relações políticas que se manifestam “por detrás dos bastidores” da competição, mostram a cara do nosso país na relação público-privado.

A cobertura jornalística da Copa Petrobras representa esta relação. Parecem-nos matérias compradas, reportagens superficiais, obedecendo à lógica formal de ações que se repetem exclusivamente em torno do capital. Percebemos reportagens idênticas que coincidem às vezes, nos quatro jornais analisados. Enfim, notícias que não esclareceram os interesses ocultos que permaneceram até então, atrás das cortinas do espetáculo popular (?) do tênis aqui no estado de Sergipe.

No entanto, um Torneio Challenger deste porte, com premiações gordas e que vale pontos para ATP é cobiçado por diversas cidades do país que possuem certa tradição nesta modalidade esportiva. Este evento simbolizou a força do esporte-espetáculo em nossa sociedade dentre os diversos acontecimentos esportivos realizados na Orla de Atalaia. Atentos, continuaremos na tentativa de compreendê-los com maior profundidade.

REFERÊNCIAS

- ADORNO. T.W. & HORKHEIMER, M. Dialética do esclarecimento. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- ASSOCIAÇÃO PROFISSIONAL DE TÊNIS. Estrutura de torneios. In: <http://pt.wikipedia.org> (acessado no dia 30.08.2008).
- BOURDIEU, Pierre. Sobre a televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BRACHT, Valter. Sociologia crítica do esporte: uma introdução. UFES: Vitória 1997.
- COPA PETROBRAS DE TÊNIS. Premiações. In: <http://www.atptennis.com> (acessado em 29/08/2008).

²⁰ www.esporte.uol.com.br

²¹ www.copapetrobrasdetenis.com.br.

- COPA PETROBRAS DE TÊNIS. www.copapetrobrasdetenis.com.br (acessado em 29.07.2008).
- FEDERAÇÃO SERGIPANA DE TÊNIS. www.fstenis.com.br. Acesso em 24/03/2009.
- KOCH TAVARES. Quem somos. Copa Petrobras. www.kochtavares.com.br (acessado em 20.08.2008).
- LUCENA, R. e PRONI, M. (Orgs). Esporte: história e sociedade. Campinas: Autores Associados, 2001.
- MELO, V. A de. Cidade Sportiva: primórdios do esporte no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Relume Dumará: FAPERJ, 2001.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Rio de Janeiro, 2007.
- ORLA DE ATALAIA. www.orladeatalaia.com.br (acesso em 03/03/09).
- PIRES, Giovani De Lorenzi. Cultura Esportiva e Mídia: abordagem crítico-emancipatória no ensino de graduação em Educação Física. In: Educação Física e Mídia, novos olhares, outras práticas. Org. BETTI, Mauro. São Paulo: Huicitec, 2003.
- _____. Breve introdução ao estudo dos processos de apropriação social do fenômeno esporte. Revista de Educação Física/UEM, 1998.
- _____. O esporte e os meios de comunicação de massa: relações de parceria e tensão. Possibilidades de superação. In: Educação física, esporte e sociedade: temas emergentes. GRUNENVALDT, T. et al (orgs.) São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, Departamento de Educação Física, 2007.
- _____. Catarinenses olímpicos na mídia impressa regional: a dialética local-global na cobertura dos Jogos Olímpicos de 2004. 3º Congresso sulbrasileiro de Ciências do Esporte. Santa Maria/ RS, 2006.
- RIBEIRO, Sérgio Dorenski D. et al. Os atletas sergipanamericanos a partir da cobertura jornalística na mídia impressa local: In: Educação física, esporte e sociedade: temas emergentes. GRUNENVALDT, T. et al (orgs.) São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, Departamento de Educação Física, 2007. p.237-252.
- THOMPSON, John B. A Mídia e a modernidade: Uma teoria social da mídia. Petrópolis/RJ: Vozes, 1998.
- TORNEIO DOS CAMPEÕES 2006. In: <http://www.informesergipe.com.br> (acessado em 29/08/2008).
- TORNEIO DOS CAMPEÕES 2007. <http://forum.tenisnews.com.br> (acessado em 29/08/2008).
- TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 2006.

GT-02 - Comunicação e Mídia
End: Rua Antônio Higinio, 984 - Itabaiana/SE
CEP-49500-000
E-mail: Dorenski@ig.com.br