

MÍDIA ESPORTIVA: EM DEBATE A COPA PETROBRAS DE TÊNIS EM ARACAJU-SE

André Marsíglia Quaranta/UFSC
Diego de Sousa Mendes/UFS
Sergio Dorenski Ribeiro/UFS/UFBA
e-mail: dorenski@ig.com.br

INTRODUÇÃO

Este estudo faz parte do “**Projeto Orla**” do Grupo Observatório da Mídia Esportiva/UFS. Envolvem manifestações da cultura na Orla da Praia Atalaia em Aracaju-SE. A Copa Petrobras de Tênis - nas quadras da Federação Sergipana de Tênis (FST) - que nos chama atenção para reflexões.

Portanto, nosso objetivo foi analisar a cobertura da Copa Petrobras de Tênis, pela mídia impressa. Além desse, os aspectos turísticos na rede hoteleira, bares e restaurantes, no momento em que ocorre este torneio; o olhar da comunidade acerca das relações político-econômicas que se configuram no referido complexo de lazer.

Poucos se perguntam o porquê de uma competição internacional neste espaço, ou quais interesses estão presentes na competição. Um espaço de 6 mil metros de extensão poderia compor diversos “campos de pelada” para a população. A contribuição do estudo é de revelar tais contradições.

METODOLOGIA

Utilizamos pesquisa Descritiva Abordagem Qualitativa. Na captura dos dados, a Observação e Entrevista (semi-estruturada) para os sujeitos dialogarem sobre o fenômeno estudado. Delimitamos jornais semana anterior do evento (29.09.2008) à semana posterior (11.10.2008). Jornais selecionados: Jornal da Cidade (JC); Jornal do Dia (JD), Correio de Sergipe (CS); Jornal Cinform (CIN). Transcrevemos matérias que fizeram alusão ao torneio. Analisamos a partir de temáticas surgidas do campo.

Sujeitos da pesquisa: organizadores/patrocinadores (Presidente da Federação Sergipana de Tênis – PFST - diretor da Petrobras); gerentes rede hoteleira, bares e restaurantes próximos ao evento; atletas sergipanos que atuaram no torneio; jornalistas que cobriram o evento.

RESULTADOS

A Copa Petrobras de Tênis (2008) revelou um conflito na tentativa de popularizar o tênis e a formação cultural do sergipano. Os organizadores, os atletas presenciaram um barulho provocado pelo público (gritos dos torcedores) e outros (carro de som de propaganda política):

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).

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

Todo mundo vê na televisão, [...]. Hoje vamos ter hospedagens melhores do que no ano passado. Temos hotéis, a inauguração de 02 (dois) hotéis de 05 (cinco) estrelas [...] (PFST).

CONCLUSÃO

A Orla de Atalaia constitui-se num grande “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 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.

Atentos, continuaremos na tentativa de compreendê-los com maior profundidade.

Instituição de Fomento: Ministério dos Esportes – Rede CEDES

Palavras-chave: mídia esportiva; esporte; tênis