
EDUCAÇÃO FÍSICA

HELENA MARIA GIUDICE BADARI

**A PRESENÇA DA MÍDIA NO CRESCIMENTO DO SURF
NO BRASIL: UM ESTUDO SOB A PERSPECTIVA DA
PSICOLOGIA DO ESPORTE**



Rio Claro
2016

HELENA MARIA GIUDICE BADARI

A PRESENÇA DA MÍDIA NO CRESCIMENTO DO SURF NO BRASIL:
UM ESTUDO SOB A PERSPECTIVA DA PSICOLOGIA DO ESPORTE

Orientador: Afonso Antonio Machado

Co-orientador: Kauan Galvão Morão

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Instituto de Biociências da Universidade
Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” -
Campus de Rio Claro, para obtenção do grau
de Bacharela em Educação Física.

Rio Claro
2016

796.01 Badari, Helena Maria Giudice
B132p A presença da mídia no crescimento do surf no Brasil : um estudo sob
a perspectiva da psicologia do esporte / Helena Maria Giudice Badari. -
Rio Claro, 2016
32 f. : il., gráfs.

Trabalho de conclusão de curso (bacharelado - Educação física) -
Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências de Rio Claro
Orientador: Afonso Antonio Machado
Coorientador: Kauan Galvão Morão

1. Esportes - aspectos psicológicos. 2. Educação física. 3. Alto
rendimento. 4. Canais midiáticos. 5. Meios de comunicação. I. Título.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha família, especialmente aos meus pais e minha irmã, aos grandes amigos e professores que conheci nesses últimos quatro anos, pela amizade, suporte e conhecimento compartilhado.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, em primeiro lugar, aos meus professores de amor – a lição primeira – e instrutores de vivência, que me conduziram pela mão como só os pais sabem fazer, à superação de mais uma etapa de minha vida. Sou grata pelo apoio e compreensão em todas as minhas escolhas.

À minha irmã, Carol, pela paciência, companheirismo, momentos divididos, conversas, conselhos e apoio incondicional em toda e qualquer situação.

Agradeço pelo alicerce, a toda a minha família, meus tios, tias, primos, primas e minha avó.

À Rep Mágica – e agregados (as) –, pelo acolhimento, amizade, irmandade e pelos dois anos de muita troca e carinho compartilhado com vocês.

À República Mansão, pela hospitalidade, música compartilhada e amizade. Sou grata, principalmente, ao Vinícius, por ter permitido essa ponte e, especialmente, pela parceria, força, atenção plena, carinho e tempo divididos ao meu lado, independente do seguimento de nossas caminhadas.

À Mari, psicóloga do esporte, parceira de linha de pesquisa e de interesses – pelo surf, por viagens, pela natureza – e, mais do que qualquer coisa, amiga que a UNESP me presenteou.

À amigas especiais que, preciso assinalar: Loren, Manaíra, Milena, Camila e Sarai, pelo companheirismo, estudos partilhados, noites em claro, boa prosa, risadas, angústias, enfim, a minha gratidão pela amizade genuína que levarei para o resto de minha vida.

Aos amigos e amigas que tive a felicidade de encontrar nesses últimos quatro anos e que, sem precisar pontuá-los, sabem que vou levar essa amizade para além do convívio universitário.

Aos professores e professoras que convivi ao longo da graduação, balizas no aprendizado, centelhas de conhecimentos transmitidos e amigos plantados no dia-a-dia.

Ao meu Co-orientador, Kauan, pelo suporte, atenção, compreensão e contribuição teórica na execução desse trabalho.

Ao meu Orientador, Afonso, pela força, conselhos, sabedoria e pelo exemplo de pessoa valente e inabalável, sou muito grata.

A PRESENÇA DA MÍDIA NO CRESCIMENTO DO SURF NO BRASIL: UM ESTUDO SOB A PERSPECTIVA DA PSICOLOGIA DO ESPORTE

Resumo

Notícias atuais de mídias digitais apontam que o surf no Brasil cresceu no mercado aproximadamente 100% nos últimos cinco anos, movimentando cerca de US\$ 3 bilhões no país. Esse crescimento é proporcional ao aumento de adeptos à prática da modalidade, decorrente, principalmente, de alguns eventos recentes que vêm acontecendo na elite do surf mundial, os quais estão atribuindo novo rumo à história do surf brasileiro. Este estudo objetiva buscar a partir de um levantamento de teses, dissertações e análise documental, quais foram os fatores que mais influenciam para que aconteça esse rápido crescimento do surf no Brasil, bem como as implicações que isso acarreta na modalidade e nos atletas que já praticam o surf antes dessa disseminação, levando em consideração o papel que a mídia exerce para impulsionar esse crescimento (e os interesses que a norteiam). Por esse motivo, faz-se importante colocar o reconhecimento que a modalidade vem recebendo em detrimento com as tradições que o surf carrega consigo ao longo da história e, a partir disso, buscar entender como os atletas de alto rendimento da elite do surf mundial (representantes do Brasil) reagem diante a essa rápida mudança e de que forma a Psicologia do Esporte pode/deve intervir diante a situações que venham a surgir decorrente desse crescimento desenfreado do esporte e que possam interferir em seus rendimentos enquanto atletas (grande visibilidade na mídia, esporte x fama). É esperado que o estudo possa contribuir com o repertório de estudos, ainda escasso, acerca do surf no Brasil, bem como exaltar a importância da Psicologia do Esporte no alto rendimento.

Palavras-chaves: Surf. Mídia. Alto Rendimento. Psicologia do Esporte. Educação Física.

THE MEDIA AND THE GROWTH OF SURFING IN BRAZIL: A STUDY IN THE PERSPECTIVE OF SPORT PSYCHOLOGY

Abstract

Current news digital media indicate that the surf in Brazil increased in the market about 100% in the last five years moving around UU\$ 3 billion in the country. This increase is proportional to the increase of fans to practice the sport, mainly due to some recent events that have been taking place in the elite of the surfing world, who are giving new direction to the history of Brazilian surf. This study aims to seek from a survey of theses, dissertations and document analysis what were the factors that most influence for it to happen this fast growth of surfing in Brazil and the implications that this entails in the sport and the athletes who already practice surfing before this spread, taking into account the role that the media plays to drive this growth (and the interests that guide). For this reason it is important to place the recognition that the sport has received over the traditions that surfing carries throughout history and from that try to understand how the high-performance athletes of the elite of the surfing world (representatives from Brazil) react to this rapidly changing and how the Sport Psychology can and should intervene before situations that may arise resulting from this unbridled growth of the sport and that may interfere with their income while athletes (high visibility in the media, sport x fame). It is expected that the study will contribute to the repertoire of studies, still scarce about surfing in Brazil and exalt the importance of Sport Psychology in high performance sport.

Keywords: Surf. Media. High Performance. Sport Psychology. Psysical Education.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. JUSTIFICATIVA.....	8
3. OBJETIVO.....	9
4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	10
5. REVISÃO DE LITERATURA.....	11
5.1. O Surf no Brasil.....	12
5.2. Mídia e Esporte.....	15
5.2.1. Surf e mídia no Brasil.....	16
5.3. Psicologia do Esporte e Surf.....	22
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	27
7. REFERÊNCIAS.....	29

1. INTRODUÇÃO

O surf no Brasil iniciou seu processo de popularização aproximadamente na década de 1960, que segundo Dias (2007) coincide com o início da disseminação internacional do surf, devido ao seu progresso comercial (filmes, roupas, acessórios, revistas, entre outros) o que, claramente, fora crucial na multiplicação no número de adeptos à modalidade.

Esse crescimento, no entanto, fora especialmente acentuado nos últimos anos, devido a diversos fatores, dentre eles a maior participação de atletas brasileiros em campeonatos importantes a nível mundial e, inclusive, devido aos bons resultados alcançados por esses atletas, o que acarretou maior visibilidade do esporte no país.

Além disso, filmes, comerciais de televisão e outros meios de comunicação foram e são fundamentais no crescimento do esporte no mundo, especialmente no Brasil, que presencia um momento em que o surf aumenta a quantidade de simpatizantes ou adeptos da modalidade dia após dia.

Uma vez que a modalidade ganha espaço em canais midiáticos, além do crescimento da modalidade em relação ao crescimento da cultura do surf bem como o aumento de praticantes, atletas profissionais também são diretamente influenciados por essas mudanças, de forma que acabam tendo uma exposição maior e, como consequência, há um aumento de admiradores, reconhecimento pela mídia esportiva, ganho de grandes quantias de dinheiro, além da cobrança por bons resultados (BAGNI et al., 2011). Contudo, ao se depararem com essas questões, os mesmos podem demonstrar inúmeras dificuldades as quais devem ser acompanhadas com suporte da Psicologia do Esporte a fim de não resultarem em conflitos emocionais e desajustes sociais desses atletas (BAGNI et al., 2011).

Sendo assim, torna-se extremamente relevante buscar possíveis relações existentes entre o surf e a psicologia esportiva com a finalidade de fazer com que os atletas tenham maior suporte diante de situações adversas no contexto ao qual estão inseridos, sabendo lidar adequadamente com cada momento vivenciado tanto no âmbito esportivo quanto em suas vidas.

2. JUSTIFICATIVA

O estudo visa fazer uma nova leitura acerca da realidade atual do surf brasileiro, bem como de seus atletas, além de dar a oportunidade de adentrarmos numa área pouco explorada, no que se refere a pesquisas científicas.

A partir disso, se torna importante fazer uma interface entre o surf e a Psicologia do Esporte, uma vez que há necessidade imediata de estudar o tema, ainda pouco explorado, permitindo embasamentos teóricos para uma possível intervenção na modalidade (devido às dimensões as quais o esporte está sendo levado) e em seus respectivos atletas.

3. OBJETIVO

O presente estudo possui como objetivo verificar quais foram os principais fatores que impulsionaram o rápido crescimento do surf no Brasil, bem como sua maior visibilidade e de que forma a mídia se posicionou frente a esse crescimento do esporte. A partir disso, o estudo busca ainda entender de que forma os atletas de elite brasileiros reagiram a essa mudança em relação à prática esportiva (desempenho, resultados, dentre outros aspectos), sob a perspectiva da Psicologia do Esporte.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa possui seu início num estudo de revisão bibliográfica. A partir daí, o estudo possui como meta ampliar os pontos de análises apoiados em uma pesquisa documental em que serão utilizadas reportagens de revistas eletrônicas, ciberespaços e programas televisivos, contextualizando nosso objeto de estudo e favorecendo a compreensão dos acontecimentos.

Foram utilizadas como bases de dados o Google Acadêmico e Scielo, além dos canais midiáticos para análise documental (Revista Fluir, Revista Hardcore, Revista Almasurf, canais televisivos Globosat e páginas esportivas online), utilizando-se das palavras-chave “Surf, Mídia, Alto Rendimento, Psicologia do Esporte e Educação Física”. Além disso, foi utilizada a ferramenta Google Trends a fim de gerar gráficos que demonstrassem termos mais populares buscados em um passado recente na plataforma de pesquisa Google.

Para nivelar os artigos e/ou livros a serem selecionados e aproveitados no estudo, os critérios de exclusão foram calcados no ano de publicação, priorizando artigos mais recentes (últimos cinco anos). Entretanto, por não existirem muitos estudos correlacionando surf e mídia no Brasil, o critério de inclusão baseou-se justamente em selecionar artigos nacionais que tenham o tema como foco de estudo, além da leitura de textos/artigos/notícias internacionais (inglês e espanhol) que puderam contribuir com o assunto.

Em relação à análise documental, foram selecionadas reportagens relevantes e veiculadas em canais de comunicação consagrados. Notícias falaciosas e/ou publicadas em canais duvidosos foram dispensadas do estudo.

5. REVISÃO DE LITERATURA

Não há um consenso na história do surf acerca de sua origem. Realizando uma busca eletrônica, encontram-se fontes diversas, cada qual delineando a história do surf da forma como acreditam.

Segundo alguns indícios, o surf pode ter surgido na região costeira da África Ocidental ou do Peru. Para outros o surf originou-se no Pacífico, nas Ilhas Polinésias.

Independente de onde realmente tenham aparecido os primeiros vestígios da modalidade e o que motivou os habitantes dessas localidades a praticarem (mesmo que de maneira rudimentar), a cultura do surf está, de certo, arraigada na essência da cultura havaiana (KOJIN, 2001).

Com a chegada de James Kook ao Havaí em 1778, o esporte passou a ser documentado mais precisamente. Entretanto, nesse mesmo período a modalidade praticamente desapareceu, uma vez que colonizadores europeus reprimiam sua prática.

Todavia, a partir de 1910 o esporte passou a ser divulgado pelo então conhecido “pai do surf moderno”, surfista e nadador (campeão olímpico nos jogos de 1912, Estocolmo), Duke Kahanamoku, que introduziu o surf na Austrália, América do Norte e, a partir de então, o esporte espalhou-se e continua a crescer por todo o mundo (ZUCCO; MESQUITA; PILLA, 2002).

Diferente de outras modalidades esportivas, o surf pode ser considerado um esporte único, uma vez que envolve uma perfeita e total integração com a natureza e questões que transcendem a prática, não reduzindo o surf apenas a uma modalidade esportiva dotada de regras. Nesse sentido, pode-se notar o quão pleno é o surf e, por esse motivo, o quão necessária é a compreensão de todas as suas dimensões.

Segundo Moreira (2009) existem formas de se encarar a prática que são norteadas sempre a partir do objetivo principal, que é a sintonia entre o surfista e as ondas, e, associadas a este, surgem sob diversas perspectivas, sendo elas segundo o autor: etnográfica, de forma que se conhecem povos e culturas distintos; turística, uma vez que a busca por ondas permite conhecer novos lugares; enquanto filosofia de vida, a partir de uma perspectiva ecológica, em harmonia com a natureza;

artística, a fim de traduzir a relação com as ondas a partir da música, da pintura, entre outras manifestações; e, por fim, a perspectiva comercial, associando marcas e produtos à prática do surf, além de fomentar a prática competitiva da modalidade.

5.1 O Surf no Brasil

Muito embora existam evidências de que o surf teve suas primeiras aparições no Brasil nos anos 30 em Santos – litoral paulista – quando dois jovens produziram e utilizaram as chamadas “tábuas havaianas”, como eram denominadas as pranchas de surf (GUTENBERG, 1989, apud DIAS, 2009, p. 258), o movimento a favor do crescimento do surf no país se deu, de fato, no final da década de 1950 e início dos anos 1960, no Rio de Janeiro (DIAS, 2009).

Desde então, o surf foi se consolidando por todo o país, uma vez que o Brasil conta com um amplo território litorâneo que permite a prática e incentiva um maior número de praticantes. O crescimento da modalidade no Brasil, então, se deu ao longo do tempo a partir de outros fatores que foram determinantes a fim de impulsionar a modalidade até o que conhecemos nos dias de hoje. A esses fatores, pode-se associar o impulso pelos meios de comunicação, especialmente na década de 1980, época em que principalmente a revista *Fluir* exerceu importante papel no estabelecimento de padrões de consumo, referência e identidade, além da construção de um discurso fomentando a necessidade de modernização da modalidade, contribuindo na idealização de uma cultura e economia em torno do surf (FORTES, 2011).

Vale ressaltar que, além de incentivar e estimular o crescimento do surf no Brasil, esses mesmos fatores foram também decisivos na mudança de rótulo em relação aos surfistas até a década de 1970, em que eram estereotipados como “vagabundos”, desprovidos de estudo/trabalho e “drogados”, pejorativamente (SOUZA, 2004). Muito embora os meios de comunicação tenham reforçado a mudança desses prejulgamentos e já estabelecido o surf enquanto prática profissional, parte desse estigma ainda perdura (FORTES, 2008).

Nesse mesmo período, outros hábitos começaram a ser adotados por aqueles que praticavam o surf ou, como menciona Souza (2004) em sua obra, pelos

“surfistas pelo astral, pela roupa e lugares que frequenta”, que não são praticantes, mas admiram o estilo de vida dos que o fazem.

A esses hábitos, podem-se vincular hábitos alimentares mais saudáveis, o surgimento de lojas destinadas à venda de *surfwear* e, ainda, a eclosão das escolinhas de surf (FORTES, 2008). Nas rádios, o surf passa a ser divulgado com base nos estilos musicais associados a ele por seus praticantes e fãs, como o rock, reggae e, mais especificamente, o estilo *surf music* (FORTES, 2008).

Em relação ao surf enquanto esporte profissional, a realização de eventos nacionais e internacionais no Brasil até o início da década de 1980 era descontínua, assim como a participação de atletas brasileiros em campeonatos no exterior (FORTES, 2008). Além disso, os patrocínios aos atletas eram escassos, o que agravava a falta de oportunidades de participação dos mesmos em campeonatos importantes. Em relação ao surf feminino isso se torna ainda mais visível, uma vez que a prática por mulheres fora mais tardia devido ao conservadorismo da época e, até os dias atuais pode-se observar a falta de apoio às surfistas profissionais.

Por longos anos, atletas de elite brasileiros continuaram a enfrentar essa realidade. Porém, no início da segunda década dos anos 2000, mais precisamente no ano de 2012, o ex-presidente da Abrasp, Marcelo Andrade definiu a nova geração do surf brasileiro como “a mais talentosa, a mais preparada e a melhor de todos os tempos” (GULIN; ANDRÉ, 2015). De fato, a afirmação estava correta a ponto de fazer com que expectadores e surfistas ao redor do mundo apelidassem essa nova geração de *Brazilian Storm* (Tempestade Brasileira). O termo ganhou tal força, de forma que originou o título de um programa exibido no canal Off (Globosat) que, inclusive, apontou em seu primeiro episódio da primeira temporada essas declarações indicadas anteriormente (GULIN; ANDRÉ, 2015).

Atualmente, é possível observar que, com efeito, passamos por um momento positivo no contexto do surf mundial, em que o Brasil levou seus dois primeiros títulos mundiais consecutivos (em 2014 com Gabriel Medina e em 2015 com Adriano de Souza) e, a partir disso, desencadeou a verdadeira “tempestade brasileira”, em que outros surfistas – além dos campeões mundiais – vêm mostrando grande potencial de vencerem etapas da WSL (*World Surf League*).

Além dos bons resultados alcançados, novos atletas inclusos na ASP (*Association of Surfing Professionals*), que é a associação de surfistas profissionais

que dita os atletas de elite que participam do circuito mundial de surf, além de ser responsável pela organização do mesmo.

O Brasil, hoje, se encontra entre os três países mais desenvolvidos no surf competitivo e com maior número de atletas representando o país na WSL, ao lado dos Estados Unidos e Austrália (PEIRÃO; SANTOS, 2012).

Ainda, mais recentemente, dias antes do início das Olimpíadas do Brasil (Rio 2016), pôde-se acompanhar a decisão do COI (Comitê Olímpico Internacional) em aprovar algumas novas modalidades para os próximos Jogos Olímpicos de 2020 em Tóquio e, entre elas, está o surf (HARDCORE, 2016). A decisão fora ovacionada pelos atletas brasileiros, como Filipe Toledo, Gabriel Medina e Adriano de Souza declararam em entrevista (ALMASURF, 2016).

Todavia, analisando todos esses episódios sob uma perspectiva mais profunda em relação ao que isso acarreta para a modalidade surf e todo o contexto ao qual ela se insere, podem-se notar pontos controversos àqueles que exaltam a participação do surf nos Jogos Olímpicos, elevando-o a uma modalidade com maior visibilidade por todo o mundo.

Por um lado, é possível perceber que cada um desses eventos (tanto os títulos mundiais consecutivos ganhos por atletas brasileiros quanto a decisão de inclusão do surf nas próximas Olimpíadas) corrobora no sentido de fortalecer o surf enquanto modalidade esportiva reconhecida por torcedores, dotada de regras, rankings, competições e grandes atletas, bem como outros esportes mais prestigiados. Em contrapartida, essa rápida popularização do surf a nível mundial exacerba algo de grande preocupação ambiental e para com os praticantes com mais experiência e tempo de prática: o *crowd*, que pode ser definido como sendo o excesso de surfistas em determinado local (NETO, 2011).

A superpopulação é, atualmente, um problema mundial que acarreta em superlotações, desconforto – no sentido de abater o ânimo dos praticantes – e, inclusive, problemas ambientais (como acontece em decorrência da poluição e hiperconsumo das grandes cidades, por exemplo). No surf esse cenário não é diferente, uma vez que, como já fora apresentado anteriormente nesse trabalho, o surf é capaz de ser interpretado na qualidade de uma prática não exclusiva do meio esportivo e competitivo, mas sim e, principalmente, como uma modalidade

circundada por outras práticas, hábitos, filosofias de vida e costumes que se transfiguram em uma subcultura do surf, como apresenta Fortes (2011) em sua obra.

Nesse sentido, é preciso que se tomem certos cuidados ao expor o surf de forma irresponsável. De um modo, faz-se importante para a modalidade e para seus atletas o reconhecimento e prestígio atribuído ao surf, contudo, atentando-se às questões ambientais envolvidas (cuidados com o meio ambiente, uma vez que se trata de uma atividade estritamente vinculada e dependente da natureza e seus fenômenos) e banalização da prática, sem reduzi-lo ou negligenciar os comportamentos, culturas, dentre outros fatores que contribuíram e contribuem na sua construção e consolidação até os dias atuais.

5.2 Mídia e esporte

Segundo Gastaldo (2001) o senso comum entende o termo “mídia” como sendo os meios de comunicação em massa, como, por exemplo, a televisão, rádio, jornal, entre outros. Entretanto, Gastaldo (2001) destaca a importância de não reduzir seu significado e atribuir também a ele, dimensões as quais são intimamente ligadas à noção de mídia, sendo elas a tecnologia empregada, a dimensão social e a condição de “bens culturais” (cultura de massa).

Todas essas dimensões, por sua vez, se afunilam e cumprem a real função ideológica da mídia de ser um meio eficiente na determinação na cultura de uma sociedade. A mídia, então, “vende um produto” que, na realidade, não é o bem cultural, mas sim o público veiculado a este bem, a quem damos o nome de “audiência”, que é “produzida” pela mídia e, a partir de uma perspectiva comercial, “vende” essa audiência aos anunciantes (GASTALDO, 2001).

A partir disso, é notória a estreita relação entre mídia e mercado, de forma que as vias publicitárias caminham sempre em direção à audiência, ou seja, os canais midiáticos direcionam-se ao público alvo de interesse e, a partir disso, essa audiência é condicionada a consumir o que os anúncios apresentam calcados no que os meios de comunicação fornecem ao público.

No âmbito esportivo os meios de comunicação vêm se mostrando cada vez mais presentes, uma vez que o esporte moderno deixou de ser única e exclusivamente uma manifestação do movimentar-se humano para tornar-se uma

“mercadoria” consumida por expectadores e praticantes, a qual faz parte de um comércio altamente lucrativo (MÜLLER, 1996).

Surdi (2009) discute em seu estudo o esporte “na” e “da” mídia, reforçando que o esporte ao qual temos contato nos dias de hoje por intermédio da mídia, é um esporte que pertence à mesma, uma vez que respeita regras impostas por ela, norteadas por seus interesses. O esporte passa a ser um meio de divulgação que promove os canais de comunicação, a partir de histórias de vida e carreira de atletas e clubes, informações, atualizações e polêmicas dos bastidores do universo esportivo.

Mais especificamente em relação à televisão e revistas (físicas e eletrônicas), que são objetos desse estudo, pode-se notar também o que é chamado de “monocultura esportiva”, em que é dada supervalorização à determinada modalidade em detrimento de outras – no caso do Brasil, o futebol – e, ainda, muitas vezes são divulgadas matérias superficiais, o que reforça a cultura do breve e descontínuo no esporte, justificada pelo interesse maior – audiência – orientado pelos interesses de lucro (SURDI, 2009). O mesmo autor ainda reforça que, muito embora o esporte “da” mídia seja hegemônico nesse sentido, faz-se importante fortalecer que o esporte “na” mídia deveria, de fato, romper com a superficialidade apresentada pelos meios de comunicação e mostrar na íntegra a realidade dos episódios esportivos.

Em geral, é possível notar na relação esporte-mídia a espetacularização do esporte e a intervenção tecnológica do mesmo, evidenciando a assistência mediada pelos canais de comunicação, especialmente TV, revistas e, mais presente nos dias atuais, as redes sociais (NETO, 2003).

5.2.1 Surf e mídia no Brasil

Há algum tempo não é possível discutir o esporte sem vinculá-lo aos meios de comunicação. A influência ideológica que a mídia adquire, atribui a ela a autoridade em controlar e selecionar a forma como a divulgação de algo vai acontecer, norteadas pelo interesse comercial na divulgação dessa informação (MÜLLER, 1996).

No surf, esse cenário não é diferente. Os meios de comunicação, desde os primórdios, foram e são fundamentais no processo de construção de representações

(cultura, identidade e consolidação do surf enquanto esporte) em torno do surf no Brasil (FORTES, 2011).

Entretanto, recentemente a presença da mídia tem sido constante e mais ávida na divulgação da modalidade, tal como na exposição dos atletas brasileiros da elite mundial. Isso se dá, especialmente, devido aos bons resultados alcançados por alguns desses atletas nos últimos anos, como a vitória de Gabriel Medina no circuito mundial de 2014 (primeiro título mundial brasileiro) e, mais recentemente, a vitória de Adriano de Souza no circuito mundial de 2015.

Vivemos um período de impulso da modalidade surf tanto no Brasil quanto a nível mundial, uma vez que, concomitante a esses acontecimentos, outros episódios têm sido determinantes nesse sentido. Além dos bons resultados obtidos por atletas brasileiros (ou *Brazilian Storm*, como são conhecidos), o surf foi incluso na lista de novas modalidades as quais serão disputadas nos próximos Jogos Olímpicos de 2020. Todos esses fatores, por sua vez, contribuem para que haja maior visibilidade da modalidade, especialmente por intermédio dos canais midiáticos.

Dessa forma, fica nítido observar a apropriação do esporte pelos meios de comunicação, principalmente aqueles que, até então, não davam devida atenção ao surf no Brasil.

Deveras, o surf no Brasil é delineado em sua história por uma forte presença de canais midiáticos, mais precisamente revistas, que foram importantes meios de incentivo ao crescimento do esporte no país. Mais precisamente, segundo Fortes (2011) a década de 1980 fora um período em particular impulsionador do surf não só enquanto esporte, mas também e, principalmente, enquanto estilo de vida. Isso fora fomentado pela ação da Revista Fluir que, nesse período, fora o mais importante veículo de comunicação brasileiro a cobrir o surf e, a partir de recortes de suas edições, os quais Fortes (2011) realizou em seu trabalho, pode-se notar a forma como essa revista e outros agentes legitimaram a profissionalização do esporte, bem como amplificaram o mercado em torno do mesmo.

Atualmente, subsequentemente a esses fenômenos afirmativos que vêm acontecendo nos últimos anos no surf brasileiro, novos canais de comunicação foram se instituindo e, outros já existentes, se fortaleceram. As Revistas Hardcore e Almasurf, por exemplo, fazem parte da nova geração de revistas influentes no universo do surf e, cada qual com suas peculiaridades, divulgam notícias acerca das

etapas competitivas do mundial (“*Samsung Galaxy Championship Tour*”), curiosidades, artigos que tratam de conhecimentos técnicos que rodeiam a prática (leitura de ventos, ondulações, etc), sustentabilidade e cuidados com a natureza, entre outros assuntos. Além disso, ambas as revistas dispõem de *websites*, os quais oferecem previsões de ondas, notícias instantâneas e versões online de suas edições.

As redes sociais também são importantes ferramentas de divulgação, principalmente o Facebook e Instagram, que publicam maior quantidade de notícias e chamam a atenção do público para acessarem seus *links* que dão acesso aos respectivos *sites*.

A Revista Fluir, por sua vez, que também fora ferramenta dessa pesquisa, acabou contribuindo na contextualização da história do surf no Brasil e como o mesmo se consolidou. Entretanto, sofreu drásticas mudanças no ano de 2015 em seu projeto editorial (CARVALHO, 2015), numa tentativa de propelar a revista que, até então, praticamente dominava o setor (surf e esportes de aventura) e, a partir do momento que outras revistas, *websites* e canais televisivos foram ganhando destaque, Fluir foi perdendo espaço, muito embora também tivesse sido divulgada em outros meios mais atuais, senão o impresso – *online* no *site* da Waves desde o ano de 2010.

Entretanto, após 32 anos de história, a revista não conseguiu contornar a situação e acabou encerrando seus trabalhos com sua última publicação em maio de 2016. Isso se deu devido a diversos fatores, dentre eles o progressivo interesse do público por conteúdo digital e audiovisual ao invés das convencionais impressões preservadas por Fluir.

Nesse sentido, outras editoras se ajustaram a essas mudanças, tantas outras surgiram na ocasião e, atualmente, realizam um efetivo e assíduo trabalho para com o seu público, como é o caso das revistas Hardcore e Almasurf.

Um exemplo que merece relevância é o canal televisivo Off (disponível na TV por assinatura), que fora lançado em 2011 pelo grupo Globosat com a finalidade de exibir esportes de aventura direcionados principalmente ao público jovem. Com efeito, o período fora propício, sobretudo em relação ao início do crescimento do surf no Brasil. Não à toa, a maioria dos programas exibidos no canal – apesar de não ser

exclusivo da modalidade – direcionam-se ao surf, como por exemplo, as séries *Brazilian Storm*, Mundo Medina, John John Florence, Psicopato, 9 pés, entre outros.

É notório que uma série de canais midiáticos, bem como a indústria de *surfwear* se apropriou do bom momento o qual o surf profissional no Brasil se encontra a fim de promover suas marcas e aumentar o número de espectadores. Concomitante a isso, percebe-se uma ampliação na visibilidade do esporte a nível nacional, inclusive a locais onde a modalidade é pouco explorada e/ou não é tão reconhecida.

Essa maior visibilidade, por sua vez, resulta em uma também maior evidência da imagem dos atletas, bem como um maior interesse do público em relação aos mesmos, em todas as dimensões – desde a curiosidade a despeito da vida pessoal desses profissionais, até o interesse em acompanhar suas rotinas de treinamento e desempenho em competições.

Utilizando uma ferramenta online da Google, denominada Google Trends, foi possível estimar de maneira quantitativa a popularização da modalidade a partir de buscas online de termos relacionados ao surf. Essa ferramenta permite esse conhecimento estatístico, gerando gráficos com a frequência com que uma palavra ou termo foi pesquisado no Google em determinado tempo. Para isso, foram filtrados gráficos de pesquisas de termos relacionados ao surf que foram feitas apenas no Brasil nos últimos cinco anos (setembro/2011 a setembro/2016). Os termos utilizados foram: mundial de surf, *world surf league* e *brazilian storm*.

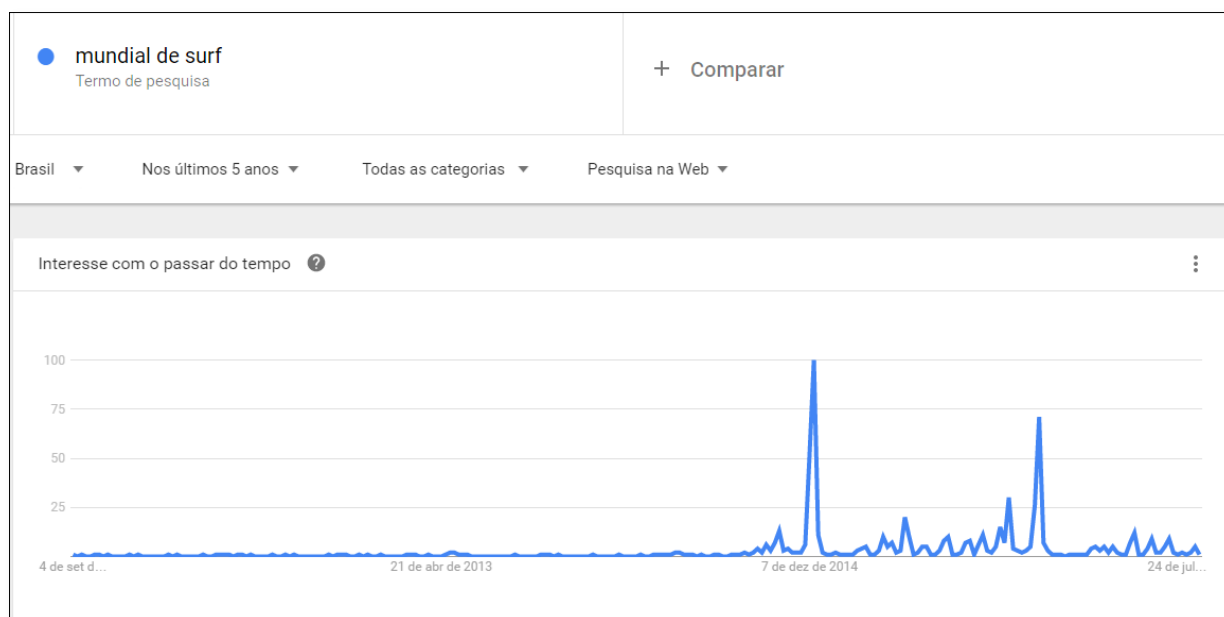


Figura 1 - Registro gráfico da frequência em que o termo “mundial de surf” fora buscado no Google em território brasileiro no período set/2011 a set/2016.

Fonte: Google Trends.

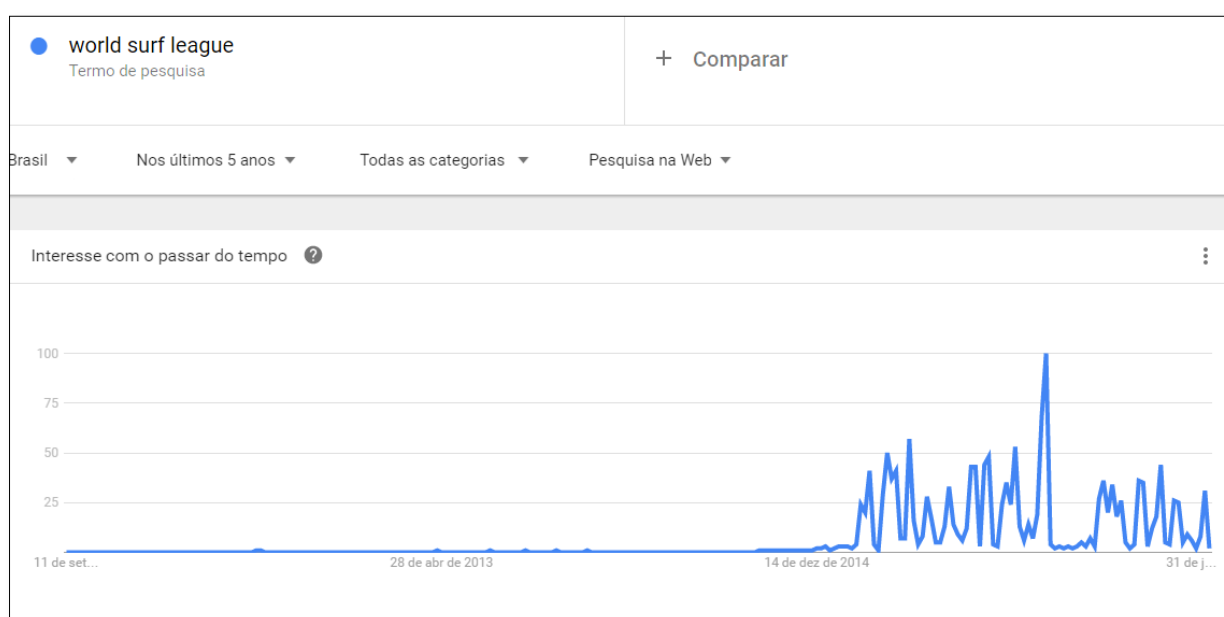


Figura 2 - Registro gráfico da frequência em que o termo “world surf league” fora buscado no Google em território brasileiro no período de set/2011 a set/2016

Fonte: Google Trends.

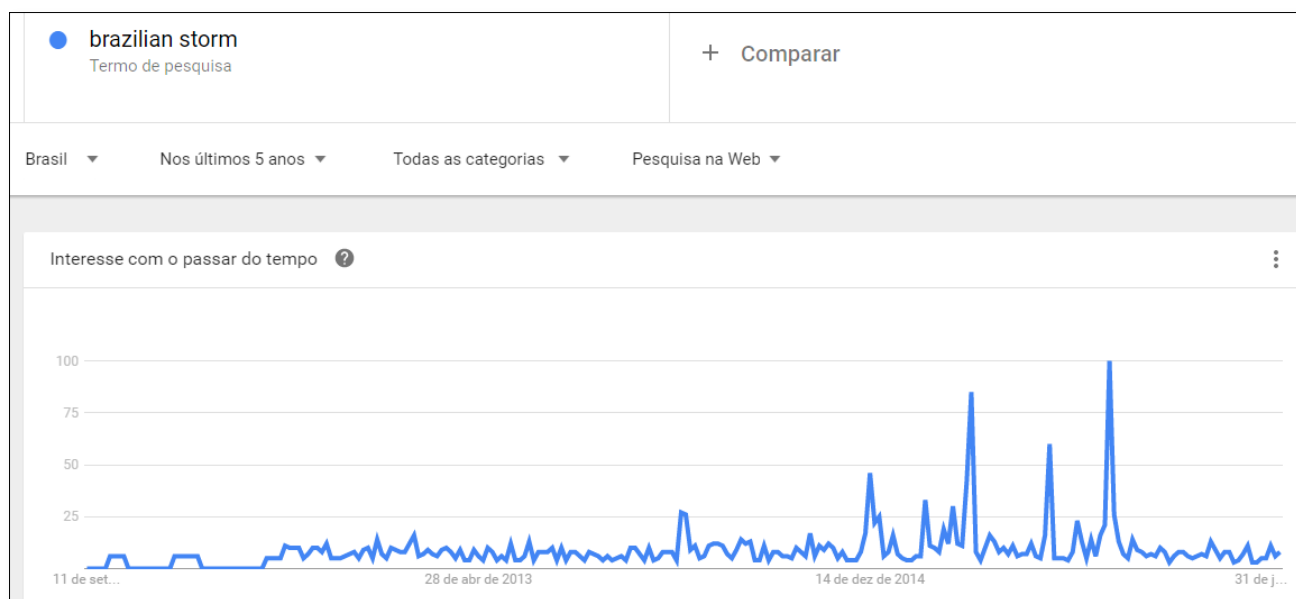


Figura 3 - Registo gráfico da frequência em que o termo “*brazilian storm*” fora buscado no Google em território brasileiro no período set/2011 à set/2016.

Fonte: Google Trends.

Consultas relacionadas ?		Em ascensão ▼	⋮
1	surf wsl	Aumento repentino	
2	surf	Aumento repentino	
3	wsl 2015	Aumento repentino	
4	wsl 2016	Aumento repentino	
5	wsl rio	Aumento repentino	

Figura 4 - Termos relacionados aos pesquisados que, igualmente, registram um aumento repentino na plataforma.

Fonte: Google Trends.

A partir dos gráficos gerados na plataforma Google Trends, pôde-se perceber um aumento no interesse do público brasileiro em pesquisar os três termos (mundial de surf, *world surf league* e *brazilian storm*), especialmente no ano de 2014, mais precisamente no final do ano. Além disso, como apresenta a Figura 5, houve um aumento repentino desses termos e de alguns outros – que estão presentes na

figura. Isso ocorreu, muito provavelmente, devido ao primeiro título mundial atribuído a um brasileiro, neste caso, a Gabriel Medina que fora campeão do circuito mundial de 2014. Em 2015 esse episódio se repetiu com o segundo título mundial consecutivo a um brasileiro, porém, desta vez, ganho por Adriano de Souza.

Dá-se ainda para observar os picos em que houve maior quantidade de pesquisas em datas mais específicas e, a esta condição, pode-se associar os períodos exatos em que houve vitórias de brasileiros em alguma etapa do circuito mundial (como por exemplo as três vitórias de Filipe Toledo em três etapas do circuito de 2015: Gold Coast, Rio de Janeiro e a etapa de Portugal, respectivamente, sendo a vitória no Rio a mais expressiva).

Os dois últimos anos (2014 e 2015) foram pontualmente determinantes a fim de que o interesse pelo surf no Brasil crescesse e, ainda, se mantivesse. Isso reflete diretamente no maior número de espectadores em redes sociais de páginas de surf (por exemplo, do canal Off, que conta com mais de 630.000 seguidores no Instagram e quase 2 milhões de curtidas no Facebook), tal como um aumento de fãs e admiradores de atletas – dentro e fora de suas carreiras – o que resulta também numa expansão de suas redes sociais pessoais. Além disso, apesar de a televisão ter perdido público para o meio digital nos últimos anos, canais esportivos, como o Off, conseguem manter seu público a partir de programas direcionados ao momento propício o qual o esporte passa.

5.3 Psicologia do Esporte e Surf

A Psicologia do Esporte e do Exercício, segundo Weinberg e Gould (2001), é um estudo científico de indivíduos e seus respectivos comportamentos frente a atividades esportivas e atividades físicas, além da aplicação desse conhecimento. Ou seja, além de valorizar o método científico, a Psicologia do Esporte é também um campo de intervenção profissional (VIEIRA et al., 2010).

Nesse sentido, a Psicologia do Esporte faz-se importante, a fim de se utilizar de procedimentos que facilitem o desenvolvimento da prática esportiva a partir de um controle emocional do atleta e também, não menos importante, equilibrar os anseios de resultados (internas e externas ao surfista) com as necessidades próprias desses atletas (FRANCO, 2004).

É a partir de tais fatos que se torna importante fazer uma interface entre o surf e a Psicologia do Esporte, uma vez que há necessidade imediata de estudar o tema, ainda pouco explorado na modalidade, permitindo embasamentos teóricos para uma possível intervenção na modalidade (devido às dimensões as quais o esporte está sendo levado) e em seus respectivos atletas.

De fato, toda a ocupação – conveniente – dos meios de comunicação no universo do surf brasileiro e o consequente aumento de apreciadores da modalidade no país, resultam em um convívio íntimo com a mídia, que reflete na exposição e avaliação pública dos atletas – além da rotina de treinos, viagens e competições que norteiam suas rotinas. Todos estes são fatores que implicam na capacidade emocional desses atletas e influenciam, consequentemente, no desempenho dos mesmos na prática do surf (RUBIO, 2003) e é nesse sentido que a Psicologia do Esporte deve se fazer presente.

Ainda, com intenção de elucidar essa interferência direta da mídia no desempenho dos atletas, é possível redirecionar a importância da Psicologia do Esporte para outras funções igualmente relevantes no universo do surf, no que condiz aos outros fatores, senão a presença dos meios de comunicação nas vidas desses indivíduos.

Essa importância se dá a partir das particularidades da modalidade que porventura provocam desarmonia nos fenômenos emocionais do atleta e, a estas características singulares do esporte, podemos atribuir o fato de o atleta estar sozinho em alto mar no momento da competição (sem o contato do treinador, por exemplo) e, por esse motivo, deve estar bem preparado – em todas as suas dimensões, técnica, tática, física e, inclusive, psicológica – para tomar a decisão adequada (quando entrar na onda, qual onda a ser escolhida na série, quais manobras apropriadas para determinado tipo de onda, etc.).

Além disso, por se tratar de uma modalidade em alto mar, lida com a imprevisível dinâmica da natureza, tanto em relação ao *swell* (grosso modo, refere-se à ondulação – série de ondas) quanto a possíveis situações adversas, como o que houve com o atleta australiano Mick Fanning na etapa de J-Bay do circuito mundial de 2014, em que ele fora surpreendido por um tubarão durante a sua bateria e, ainda assim, enfrentou a circunstância – e o animal (HARDCORE, 2015).

No entanto, situações como as descritas acima possibilitam uma série de outras reações por parte dos atletas, senão o enfrentamento, como o abandono do esporte devido a medo, traumas, entre outros fatores.

Nesse sentido, faz-se necessária a intervenção da psicologia do esporte, com a intenção de proporcionar ao atleta níveis adequados de ativação, ou seja, realizar um trabalho com a finalidade de manter o equilíbrio psicológico do mesmo, sem que haja interferências prejudiciais ao seu desempenho – tais como níveis elevados de ansiedade, estresse, medo, dentre outros – e, ainda, canalizar suas emoções para que as mesmas atuem de maneira assertiva no desempenho (WEINBERG; GOULD, 2008).

O surf profissional está em uma posição a qual dispõe de circuitos que são organizados e consolidados em ambientes e condições distintos a cada etapa da competição, o que exige dos atletas maior estabilidade e manutenção do equilíbrio interno entre estímulos e adaptações físicas, cognitivas e sociais (LANGOSKI, 2002). Nesse sentido, a psicologia do esporte tende a auxiliar no monitoramento de variáveis, tais como o estresse em detrimento com a recuperação – decorrente a essa mudança de rotina competitiva e treinamento – no sentido de manter o equilíbrio psicofísico do atleta e evitando a síndrome do *overtraining* (excessos de estímulo, sobrecarga, desequilíbrio entre estresse-recuperação), por exemplo (CRUZ, 2009).

Outros aspectos, como a transição de carreira – aposentadoria – de atletas, por exemplo, também merecem destaque no âmbito da psicologia do esporte, no que concerne orientar ou, ainda, direcionar a maneira pela qual o atleta deverá conduzir essa situação – deixar o esporte e seguir novo rumo, como é o caso do surfista norte americano Kelly Slater, conhecido como o maior surfista profissional da história, onze vezes campeão do mundo e prestes a se aposentar, ainda que continue derivando excelentes resultados nas etapas que ainda tem competido.

Todavia, o ponto de maior relevância para esse estudo se refere à forma pela qual os meios de comunicação interferem no rendimento dos atletas de elite e de que maneira a psicologia do esporte pode/deve atuar nesse sentido.

Rubio (2002) aponta que não é possível dissociar o fenômeno esportivo das organizações sociais ou da influência dos meios de comunicação de massa na produção do espetáculo esportivo. Esse espetáculo atribui ao atleta de alto

rendimento uma posição de personalidade pública, ídolo, herói e ideal de ego desejado pelo público, uma vez que são sempre associados ao sucesso, à fama e uma vida “vitoriosa” (RUBIO, 2002).

O esporte midiático contribuiu em muito para uma associação entre a Psicologia e o rendimento esportivo na medida que a produção do espetáculo esportivo demanda a utilização de várias especialidades na superação de adversários e recordes, finalidade do esporte competitivo e de pessoas distintamente habilidosas, o atleta de alto rendimento. (RUBIO, 2004, p. 1).

Por um lado, prestígio, fama e mídia são recompensas as quais os atletas desfrutam decorrente aos seus bons resultados alcançados e/ou visibilidade pelo público. Em contrapartida, todos esses “regalos” derivam em maior cobrança por bons resultados, tanto por parte dos torcedores/fãs quanto dos canais midiáticos. Além disso, o assédio à vida profissional e pessoal desses atletas passa a ter maior exposição e provocam também maior interesse e curiosidade nos espectadores.

Ainda, como apontam Santos e Medeiros (2009), a figura do atleta é identificada de acordo com o que é mostrado ao público que o acompanha (veiculado tanto às suas redes sociais ou o que é divulgado pelos canais de comunicação), de tal maneira que as significações que lhe são atribuídas são muitas vezes construídas pela forma com que a mídia expõe e o público interpreta, não só de acordo com o comportamento do atleta enquanto profissional – desempenho –, mas também quanto às suas relações sociais, familiares, entre outros.

Episódios como esses possibilitam, na maioria das vezes, que desequilíbrios emocionais se manifestem – especialmente no momento da prática e situações competitivas – e, por essa razão, influenciem diretamente no rendimento esportivo desses atletas.

Partindo desse pressuposto, a preparação psicológica se torna importante em atletas de elite do surf, no sentido de contribuir em potencializar a motivação dos atletas, controlar a ansiedade, mediar relacionamentos com outros profissionais da equipe do atleta ou, ainda, atuar como reforço visual das jogadas treinadas e fornecer estratégias que auxiliem nesse sentido, como por exemplo, o treinamento mental – visualização de manobras e movimentos a serem feitos na competição (PERES; LOVISOLO, 2006).

Por conseguinte, faz-se indispensável tentar entender o atleta e de que forma os impulsos psicológicos agem sobre ele e o modifica internamente, como o mesmo lida com as circunstâncias de derrota/vitória – especialmente no surf, que é uma modalidade individual, em que cada bateria determina a continuidade ou não do atleta na competição – ou que deem origem a ansiedade excessiva. Nessa perspectiva, é preciso preocupar-se em familiarizar o atleta com os potenciais adversários (apontando-lhe as potencialidades e limitações dos mesmos), enfatizando as possíveis estratégias de confronto, além de reverter prováveis atitudes inadequadas – que fujam dos preceitos morais e éticos – que venham a se manifestar na prática (MACHADO; BRANDÃO, 2008).

Tudo isso que fora dito se estreita ao notabilizar o caso específico dos atletas de elite brasileiros, dado que a maioria deles passou a ter uma visibilidade maior na mídia, de maneira repentina (meios de comunicação, campanhas publicitárias, aumento de patrocínios, etc.) e isso deve ser ponderado pela equipe do atleta – e por ele mesmo, visto que, comumente resulta em fama e dinheiro, além de ter de lidar com as “instabilidades” da mídia, que é extremamente mutável e “constrói” a estampa do atleta de acordo com seu desempenho ou com sua relação com ele (MACHADO, 2009).

Há duas possibilidades da forma pela qual o atleta encara essa situação: se bem orientados, de maneira positiva, sendo “alavanca” no sucesso profissional do mesmo (conquistando novos patrocinadores, envolvendo-se em projetos que fomentem a prática do surf, planejando, inclusive, a futura aposentadoria), ou de cunho negativo, prejudicando suas imagens envolvendo-se em polêmicas (uma vez que estão sendo analisados a todo o momento pela mídia, que se apodera dessas imagens para fortalecer a audiência) ou afastando-se da modalidade devido às distrações “extra esporte” que, porventura, aparecem com a fama e dinheiro (BAGNI et al., 2011).

Essas questões são, portanto, melhor trabalhadas com a presença de profissionais capacitados (equipe multidisciplinar e interdisciplinar), como empresários e mídia-training, além dos profissionais que irão se atentar a influência dessas condições na performance do atleta e ao seu desempenho propriamente dito (BAGNI, et al., 2011).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo permitiu uma reflexão teórica em torno da condição atual em que o surf se encontra no Brasil, correlacionando essa conjuntura com a presença da mídia no cenário esportivo e a forma pela qual os atletas de elite encaram essa relação. No entanto, as discussões acerca do tema em questão não se podem fazer esgotadas, mas sim, devem enfatizar a necessidade em prosseguir com estudos e análises com relação ao surf no Brasil e, mais precisamente, no processo de atuação da Psicologia do Esporte no surf.

Para Vieira et al. (2010), o ramo da Psicologia do Esporte, embora seja emergente no Brasil, carece de profissionais qualificados no campo de atuação, o que se reflete também na produção científica. Paralelamente a isso, a modalidade surf no Brasil também necessita de maior projeção, especialmente nesse momento de expansão.

Neste seguimento, fica claro que a presença de profissionais capacitados se faz crucial com o objetivo de entender como os fatores psicológicos influenciam o desempenho físico do atleta, bem como a participação nessa prática abala o desenvolvimento emocional, saúde e bem estar do indivíduo nesse cenário (WEINBERG, GOULD, 2001), além de compreender as variáveis externas que implicam nessa confluência – como, por exemplo, a presença da mídia na representação do atleta.

De fato, a comparência do surf no Brasil e sua disposição vêm sofrendo transformações nas últimas décadas e ganhando maior notoriedade no panorama nacional. No entanto, os últimos anos (mais notadamente a partir do ano de 2014) têm sido primaciais em impulsionar a modalidade no país, além de outorgar aos atletas brasileiros maior visibilidade a nível mundial, devido aos bons resultados obtidos.

À vista disso, é preciso evidenciar que o crescimento da modalidade nesses últimos anos se deu, a princípio, ao rendimento eficiente dos atletas, tal como os bons resultados alcançados. Em virtude desse contexto auspicioso que, então a mídia (principalmente meios de comunicação que antes não eram vinculados à modalidade) eclode no ambiente do surf, fortificando e espetacularizando a dinâmica de progresso da modalidade no Brasil.

A veiculação da mídia com este plano do espetáculo sugere a representação do atleta enquanto figura “heroica” que traz consigo um modelo de comportamento que, por outro lado, passa pelos crivos dos meios de comunicação e do público espectador a todo o momento, podendo, inclusive, tornar-se “vilão” (SANTOS, MEDEIROS, 2009). Essa relação atleta-informações divulgadas pela mídia, por vezes, resultará em desarmonia nos fenômenos emocionais do atleta, podendo, ainda, ecoar no desempenho do mesmo, como fora explorado nesse estudo.

Verifica-se, portanto, dois panoramas que se sucedem separada e concomitantemente: a presença e influência da mídia no crescimento do surf no Brasil e, sob a perspectiva da Psicologia do Esporte, a forma pela qual esse rápido crescimento/assédio midiático implica no rendimento dos atletas de elite brasileiros. Estas são questões que foram levantadas e articuladas no presente trabalho a partir de pesquisa teórica e um leque de informações examinados que permitiu adentrar-se num terreno mais sólido e claro de um tema em voga, porém ainda pouco explorado.

Assim, é necessário que se consiga fazer essa conexão entre Psicologia do Esporte e surf, levando em consideração a condição a qual a modalidade se encontra atualmente. Espera-se, ainda, que o presente estudo seja, a fim de engrandecer o repertório de conhecimento acerca do tema, sustentáculo de outras investigações relativas ao surf no Brasil.

REFERÊNCIAS

ALMASURF. **Surf é olímpico no Japão**. 2016. Disponível em: <<http://www.almasurf.com/news.php?id=7266&pagina=1>>. Acesso em: 9 ago. 2016.

BAGNI, G.; ZANETTI, M. C.; MACHADO, A. A.; LIMA, E. M. R. As influências da mídia, fama e dinheiro na vida de um jovem atleta: um estudo de caso. **Coleção Pesquisa em Educação Física**, Jundiaí, v. 10, n. 6, p.53-58, 2011.

CARVALHO, K. **Mudanças radicais**. 2015. Disponível em: <<http://waves.terra.com.br/waves/variedades/novidade/editorais>>. Acesso em 25/08/2016.

CRUZ, W. M. **Estresse e recuperação de atletas de futebol de alto rendimento em treinamento**. 2009. 154 f. Dissertação (Mestrado em Ciências do Movimento Humano) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis.

DIAS, C. A. G. **Urbanidades da natureza**: o surfe, o montanhismo e as novas configurações do esporte no Rio de Janeiro. 2007. 153 f. Dissertação (Mestrado em História Comparada) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

DIAS, C. A. G. O surfe e a moderna tradição brasileira. **Movimento**, Porto Alegre, v. 15, n. 4, p.257-286, 2009.

FORTES, R. Notas sobre surf, mídia e história. **Recorde: Revista de História do Esporte**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, 2008.

FORTES, R. **O surfe nas ondas da mídia**: esporte, juventude e cultura. Rio de Janeiro: Apicuri, 2011.

FRANCO, G. S. **Preparando a vitória: Psicologia do esporte e psicodrama**. São Paulo: Ágora, 2004.

GASTALDO, E. L., Notas sobre um país em transe: Mídia e copa do mundo. **Revista Motrivivência**, Florianópolis, ano XII, n. 17, p. 47-68, 2001.

GULIN, N.; ANDRÉ, H. A representação do surf brasileiro na mídia antes e depois da conquista do campeonato mundial 2014 pelo surfista Gabriel Medina. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2015, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...**, 2015.

HARDCORE. **Fanning encontra tubarão em J-Bay**. 2015. Disponível em: <http://hardcore.uol.com.br/20383-fanning_encontra_tubarao_em_jbay/>. Acesso em: 14 set. 2016.

HARDCORE. **Grande passo rumo às Olimpíadas**. 2016. Disponível em: <<http://hardcore.uol.com.br/novo-passo-rumo-as-olimpiadas/>>. Acesso em: 9 ago. 2016.

KOJIN, A. California Dreaming. **Revista Fluir**, São Paulo, n.186, p.56-71, abr. 2001.

LANGOSKI, M. S. P. **Agentes estressores e fatores ergonômicos relacionados a atividade dos profissionais de triathlon**. 2002. 154 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

MACHADO, A. A.; BRANDÃO, M. R. F. Rendimento esportivo em atletas jovens: variáveis psicológicas externas. **Coleção Pesquisa em Educação Física**, v. 7, n. 2, p. 307-314, 2008.

MACHADO, A. A. Mídia e Esporte: Canais de Interferências Psicológicas. In: BRANDÃO, M. R. F.; _____. **Coleção Psicologia do Esporte e do Exercício - Aspectos Psicológicos do Rendimento Esportivo**. São Paulo: Atheneu, v.2 p.165-187, 2009.

MOREIRA, M. **SURF: Da ciência à prática**. Cruz Quebrada, PT: Faculdade de Motricidade Humana - Edições FMH, 2009.

MÜLLER, U. Esporte e mídia: um pequeno esboço. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, São Paulo, v. 17, n. 3, p. 212-219, 1996.

NETO, A. F. Educação Física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória. **Movimento**, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p. 173-179, 2003.

NETO, C. S. A. **O pico dos surfistas e os surfistas do pico**: sociabilidade, territorialidade e surfe na Vila dos Peixes. 2011. 125 p. Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Sociais – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

PEIRÃO, R.; SANTOS, S. G. Critérios de julgamento em campeonatos internacionais de surfe profissional. **Revista Brasileira de Cineantropometria e Desempenho Humano**. Florianópolis, p. 439-449, 2012.

PERES, L.; LOVISOLO, H. Formação esportiva: teoria e visões do atleta de elite no Brasil. **Revista da Educação Física**. Maringá, v. 17, n. 2, p. 211-218, 2006.

RUBIO, K. O trabalho do atleta e a produção do espetáculo esportivo. **Scripta Nova**. Barcelona, v. 6, n. 119, 2002.

RUBIO, K. **Psicologia do Esporte**: teoria e prática. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2003.

RUBIO, K. Rendimento esportivo ou rendimento humano?: O que busca a psicologia do esporte?. **Psicología para América Latina**. México, n.1, 2004.

SANTOS, D. S.; MEDEIROS, A. G. A. O discurso midiático e as representações sociais do esporte: o atleta como modelo de comportamento. **Pensar a Prática**, Goiânia, v. 12, n. 3, p. 1-11, 2009.

SOUZA, R. **Boas ondas**: surfando com Rico de Souza. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

SURDI, A. C. Algumas discussões sobre o esporte da mídia e o esporte na mídia. **EFdeportes Revista Digital**, Buenos Aires, ano 13, n. 130, 2009.

VIEIRA, L. F.; VISSOCI, J. R. N.; OLIVEIRA, L. P.; VIEIRA, J. L. L. Psicologia do Esporte: uma área emergente da Psicologia. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v.15, n. 2, p. 391-399, 2010.

ZUCCO, F. D.; MESQUITA, A.; PILLA, A. Surf – Um mercado em evolução. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, n. 25, 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: INTERCOM, 2002, NP 03.

WEINBERG, R. S.; GOULD, D. **Fundamentos da psicologia do esporte e do exercício**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2001.

WEINBERG, R. S.; GOULD, D. **Fundamentos da psicologia do esporte e do exercício**. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.