

## O MARKETING DO HANDEBOL EM RELAÇÃO AO FUTEBOL NOS JORNAIS

Joyce Costa<sup>1</sup>, Edílson Demampre<sup>1</sup>, Fagner Orlandini<sup>1</sup>, Luis Felipe Carlos<sup>1</sup>, Raquel Biancareli<sup>1</sup>, Anderson Marques<sup>2</sup>

1-Graduandos em Ed Física da Faculdade de Americana (FAM); 2-Prof. Ms.c. das Faculdades de Ed. Física de Americana-SP (FAM) e PUCC-Campinas-SP; Grupo de Estudo de Ciências do Esporte – PUCC; [joycecosta2005@hotmail.com](mailto:joycecosta2005@hotmail.com)

**Introdução:** O esporte como um todo é influenciado há muito tempo por mudanças gerais que ocorrem na sociedade, com o crescimento do tempo livre das pessoas ou no caso das modalidades esportivas, pelo desenvolvimento econômico através do marketing, que utiliza o esporte como ferramenta de divulgação de diversos produtos. O esporte é uma mídia de audiência muito expressiva, atingindo muitas pessoas num evento de grande porte (SBRIGHI, 2005). O handebol é um esporte muito interessante que vem se desenvolvendo e crescendo mais a cada ano, mas, mesmo assim, ainda não conseguiu atingir a mesma popularidade de outros esportes (PADRÃO, 2005), pois é pouco divulgado e isso faz com que ele perca espaço para outros esportes que são mais populares, como é o caso do futebol. **Objetivo:** Comparar o marketing do handebol com o marketing do futebol através das inserções de notícias nos jornais. **Metodologia:** Foi feito um levantamento de quantas notícias eram publicadas sobre o handebol e o futebol em quatro jornais, sendo dois da região de Americana (O Liberal e Jornal Todo Dia) e dois com circulação nacional (O Estado de São Paulo e a Folha de São Paulo) durante os meses de setembro e outubro de 2004. **Resultados:** Os resultados da pesquisa estão descritos na tabela abaixo:

Jornais	Número de inserções		Percentual (%)	
	Futebol	Handebol	Futebol	Handebol
O Estado de São Paulo	105	2	98.98	1.01
Folha de São Paulo	124	0	100	0.0
O Liberal	82	6	93.25	6.74
Todo Dia	210	0	100	0.0
<b>TOTAL</b>	<b>521</b>	<b>8</b>	<b>98.49</b>	<b>1.51</b>

**Conclusão:** Verificou-se que o número de inserções de notícias sobre o handebol nos jornais pesquisados é muito inferior ao do futebol e de certa forma esse resultado expressa a cultura esportiva do Brasil. A mídia através dos jornais torna-se um poderoso veículo de difusão esportiva e, espera-se que, com o crescimento do handebol no Brasil, ganhando aos poucos mais adeptos, essa modalidade consiga alcançar maiores destaques nos meios de comunicação aumentando o número de patrocinadores e conseqüentemente o número de equipes, fortalecendo cada vez mais a base e o nível dos campeonatos no Brasil.

**Palavra-Chave:** handebol, mídia, jornais.