



PROGRAMA “+ ESPORTE”¹

Adriano MORETTO²
Aliny FERNADES³
Indira BRITO³
Micheli BORTOLANZA⁴
Maria Alice OTRE⁵

Unigran- Centro Universitário da Grande Dourados, Dourados, MS

RESUMO

Inserido nos meios de comunicação o esporte torna-se um espetáculo sem igual, capaz de reunir e colocar na frente de milhares de pessoas na mesma platéia. O esporte fascina porque é uma realidade que acontece diante dos olhos dos espectadores. O esporte é confronto, é vontade, é talento, é derrota, é vitória, é a busca do limite e a certeza do inédito.

PALAVRAS CHAVES: Esporte; tv; mídia local; comunicação.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho apresenta a parte teórica do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). O programa de TV escolhido pelo grupo se chama + *Esporte*. É um programa esportivo voltado para a população da cidade de Dourados e seus distritos, com o objetivo de levar os acontecimentos do esporte regional para a população douradense, sendo exibido uma vez por semana, aos sábados. Para a criação desse piloto, várias etapas foram realizadas.

Primeiramente, o grupo elaborou e aplicou um questionário no Centro de Dourados, uma vez que inúmeras pessoas de diversas regiões da cidade circulam nesse local, facilitando o desenvolvimento da pesquisa. Com base nos resultados e no cenário atual de Dourados, criamos o + *Esporte*.

OBJETIVO

A proposta do programa “+ *Esporte*” é proporcionar ao telespectador de Dourados algo que não se encontra nos programas esportivos do Estado. No Mato Grosso do Sul, existe apenas um programa de gênero a nível estadual, o Globo Esporte, veiculado na Tv Morena (retransmissora da Rede Globo de televisão).

O *Globo Esporte Estadual* ocupa o primeiro bloco do GE nacional, possui apenas cinco minutos de duração com matérias esportivas de Campo Grande e outros municípios do Estado, sendo exibido logo após o *MSTV 1ª edição* e entra no ar às 11h e 45 min.



No entanto, a cidade de Dourados possui o mínimo de destaque nesse programa, um exemplo disso foi o campeonato sul-mato-grossense de futebol, em que as equipes da capital sempre tinham destaque, mesmo disputando a segunda divisão da competição. Como é o caso do Comercial, clube que possuía um maior tempo na tela sobre a equipe do Águia Negra de Rio Brilhante, campeão estadual e disputando a terceira divisão do campeonato brasileiro de futebol.

Isso falando sobre o futebol, mas nossa região possui mais assuntos interessantes em se tratado de esportes como campeonatos envolvendo motos, jipes, kart, ciclismo, entre outros. O último programa realizado por uma emissora local foi o *RIT Esporte*, que tratava mais especificamente de futebol e comentários sobre as rodadas de campeonatos de outros Estados, também deixando pouco espaço para as outras modalidades do esporte douradense. Segundo o radialista Tata Cavalcante, um dos idealizadores do programa *RIT Esporte*, o que levou ao término do programa foi a falta de equipe especializada. “O grande problema era a produção e a equipe especializada para a realização do programa, não tínhamos uma equipe para isso, e tivemos que acabar com o programa”, afirma Cavalcante.

O radialista ainda ressalta a importância e a cobrança do esporte local. “É viável fazer um programa de esporte em Dourados, consegue vender, o esporte local é cobrado, tem muitos eventos na cidade, se tiver uma produção boa com certeza dá certo.” Quando é perguntado sobre os patrocinadores ele afirma que existe uma grande leva de patrocínios, o interesse dos clientes é muito grande em divulgar seu produto no programa, mas a cidade ainda tem muito que aprender sobre o patrocínio. “Os comerciantes douradenses querem produções de vt’s, eles pensam que o retorno é maior. Nas grandes cidades o “merchan” já foi adotado e o retorno é bem melhor, Dourados ainda não entrou na era do “merchan”, e isso precisa ser mudado.” Tata Cavalcante é radialista na rádio Grande Fm 92,1 de Dourados, trabalha diretamente ligado ao esporte, ele é comentarista.

JUSTIFICATIVA

O programa de TV escolhido pelo grupo se chama + *Esporte*. É um programa esportivo voltado para a população da cidade de Dourados e seus distritos, com o objetivo de levar os acontecimentos do esporte regional para a população douradense, sendo exibido uma vez por semana, aos sábados. O programa é um piloto, e tem como objetivo também, dar continuidade ao trabalho desenvolvido pelos acadêmicos Adriano Moretto, Aliny



Fernandes, Indira Brito e Micheli Bortolanza do curso de Comunicação Social- Jornalismo da Unigran.

O + *Esporte* é voltado para todas as pessoas que gostam de esportes, a faixa etária a ser atingida é de 18 a 54 anos, envolvendo todos os sexo. Conforme as tabelas abaixo, a microregião de Dourados tem aproximadamente 200 mil habitantes na faixa etária que compreende o público alvo, sendo 203.189 são homens e 204.323mulheres, levando em consideração todas as faixas etárias, uma vez que o IBGE não tem os dados de faixa etária divididos por sexo.

População residente, por grupos de idade, segundo as Mesorregiões, as Microrregiões, os Municípios, os Distritos, os Subdistritos, os Bairros e a situação do domicílio - Mato Grosso do Sul								
Mesorregiões, Microrregiões, Municípios, Distritos, Subdistritos, Bairros e situação do domicílio (1)	18 e 19 anos	20 a 24 anos	25 a 29 anos	30 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 44 anos	45 a 49 anos	50 a 54 anos
Microrregiões								
Dourados.....	16 904	37 055	33 300	31 950	30 682	25 012	19 773	14 917
Urbana.....	14 100	30 449	27 146	26 279	25 614	21 085	16 599	12 506
Rural.....	2 804	6 606	6 154	5 671	5 068	3 927	3 174	2 411

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2000.

(1) A indicação dos Subdistritos e Bairros ocorre apenas para os Municípios que os possuem.

Municípios	Pessoas de 10 anos ou mais de idade								
	Total	Homens	Mulheres	Condição de atividade na semana de referência e sexo					
				Economicamente ativas			Não economicamente ativas		
				Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres
Dourados..	131 949	64 275	67 674	78 226	47 452	30 775	53 723	16 823	36 899

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2000.

População residente, por situação do domicílio e sexo, segundo as Mesorregiões, as Microrregiões, os Municípios, os Distritos, os Subdistritos e os Bairros - Mato Grosso do Sul									
Mesorregiões, Microrregiões, Municípios, Distritos, Subdistritos e Bairros (1)	População residente								
	Total	Homens	Mulheres	Situação do domicílio e sexo					
				Urbana			Rural		
				Total	Homens	Mulheres	Total	Homens	Mulheres



Microrregiões									
Dourados.....	407 512	203 189	204 323	331 725	163 438	168 287	75 787	39 751	36 036
Municípios, Distritos, Subdistritos e Bairros									
Dourados.....	164 949	81 015	83 934	149 928	73 276	76 652	15 021	7 739	7 282
Dourados.....	151 212	73 771	77 441	143 590	69 911	73 679	7 622	3 860	3 762
Guaçu.....	2 126	1 099	1 027	444	230	214	1 682	869	813
Indápolis.....	2 926	1 458	1 468	1 362	670	692	1 564	788	776
Itaum.....	2 502	1 324	1 178	1 054	529	525	1 448	795	653
Panambi.....	1 001	524	477	347	180	167	654	344	310
Picadinha.....	332	181	151	-	-	-	332	181	151
São Pedro.....	1 553	972	581	1 299	840	459	254	132	122
Vila Formosa.....	1 451	758	693	381	192	189	1 070	566	504
Vila Vargas.....	1 846	928	918	1 451	724	727	395	204	191

O canal escolhido para a vinculação do programa é a RIT - Rede Internacional de Televisão, no qual há espaço para a veiculação de programas locais. Na programação deste canal já existem quatro programas jornalísticos voltados para o público local. O valor para inserção de um programa de 30 minutos nesse canal é de R\$1.500,00 (mil e quinhentos reais). A RIT tem horário disponível no sábado para a exibição do + *Esporte*.

A duração do + *Esporte* será de 30 minutos, com 15 minutos de produção e terá três blocos com quatro matérias especiais. Cada matéria mostrará um esporte diferente praticados por atletas da região mostrando, dessa forma, o valor que o esporte tem na vida de pessoas que buscam a cada dia o aperfeiçoamento e a vitória. A apresentação será feita por dois acadêmicos (uma mulher e um homem) que dividirão o espaço no estúdio.

No primeiro bloco será feita a apresentação do programa, explicando pra o telespectador o novo programa de esporte que está surgindo na cidade, suas expectativas e seu objetivo perante a população douradense. Em seguida será chamada a primeira matéria por um dos apresentadores e depois volta para o estúdio e chama a passagem de bloco.

No segundo bloco, um dos apresentadores falará uma nota, essa nota contém informações de eventos esportivos que acontecem na cidade de Dourados e região. Em seguida o outro apresentador chama uma nova matéria. Quando voltar para o estúdio, o outro apresentador continua a apresentação chamando uma segunda matéria. Em seguida, volta para estúdio e os dois chamam a passagem de bloco.



O terceiro bloco é aberto também com uma nota comentando algum acontecimento esportivo da região. Em seguida o apresentador chama a matéria especial. Depois quando voltar para o estúdio, os dois apresentadores fazem o encerramento do programa.

O grupo, ao desenvolver esse projeto, tem por objetivo mostrar que Dourados tem a capacidade de veicular um programa de esporte, uma vez que, na própria cidade e região existem muitos eventos esportivos, o que proporciona a oportunidade de produzir inúmeras matérias realizadas pela equipe do programa.

A necessidade de criar esse programa vem com o intuito de valorizar a cultura local e ter a possibilidade de divulgar o esporte com os atletas de Dourados e região, não caindo só no cotidiano e no dia-a-dia do mundo dos esportes, mas sim, mostrando as curiosidades das modalidades que fazem parte do esporte da região, relacionando as matérias a nossa cultura.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A pesquisa quantitativa permite mensurar opiniões, reações, sensações, hábitos e atitudes, através de uma amostra que represente a população de forma estatisticamente comprovada. Essa pesquisa utiliza instrumentos estruturados (questionários). Deve ser representativa de um determinado universo de modo que seus dados possam ser generalizados e projetados para aquele universo. Seu objetivo é mensurar e permitir o teste de hipóteses, já que os resultados são mais concretos e, conseqüentemente, menos passíveis de erros de interpretação. Em muitos casos geram índices que podem ser comparados ao longo do tempo, permitindo traçar um histórico da informação.

Nas pesquisas do tipo quantitativo, a amostra pode ser desenhada caso a caso ou fixa. Para a formulação do programa + *Esporte* foi escolhido o primeiro caso, que trata de pesquisas realizadas que atendem a objetivos específicos definidos pelo grupo.

O instrumento utilizado para coleta de dados no método quantitativo é o questionário estruturado com questões fechadas (lista de respostas pré-codificadas) ou questionário semi-estruturado com perguntas fechadas e abertas, no caso do programa + *Esporte*, foi aplicado o questionário estruturado através de entrevistas pessoais (ver anexo).

Segundo alguns pesquisadores, no questionário são coletados informações por meio de um roteiro nas pesquisas qualitativas. As opiniões dos participantes são gravadas e posteriormente analisadas. Nas quantitativas, por sua vez, os dados são colhidos por meio de um questionário estruturado com perguntas claras e objetivas, já que devem garantir entendimento dos entrevistados e conseqüentemente a padronização dos resultados.



Nas pesquisas quantitativas, a forma de abordagem dos entrevistados varia de acordo com o desenho do projeto. Pode requerer um desenho amostral probabilístico ou por cotas previamente estabelecidas (sexo, classe, idade, atividade, localização geográfica etc). A abordagem também será função do público pesquisado. Assim as entrevistas podem ser realizadas pessoalmente (em casa, na rua etc), por telefone, pela internet, por correio. O importante é que as entrevistas sejam aplicadas individualmente e sigam as regras de seleção da amostra.

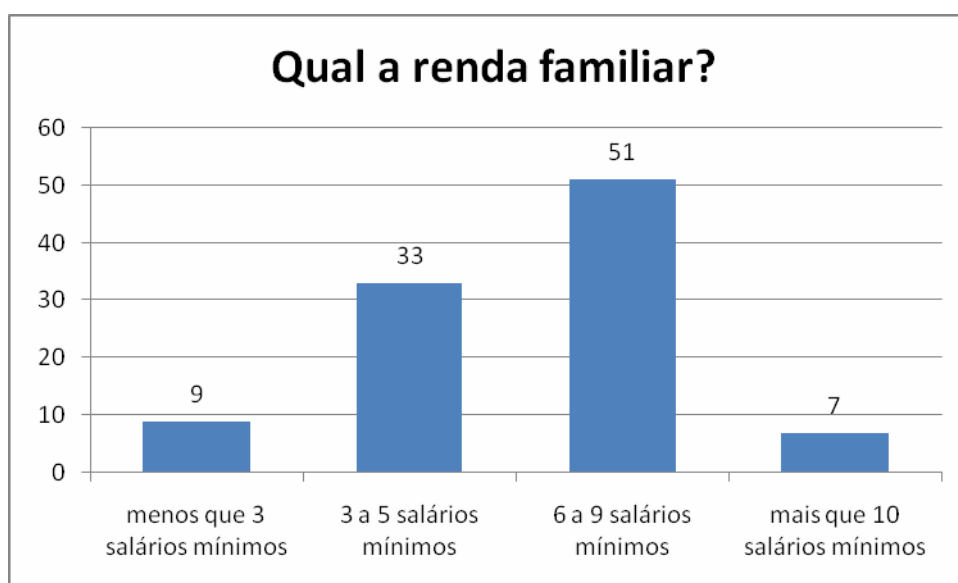
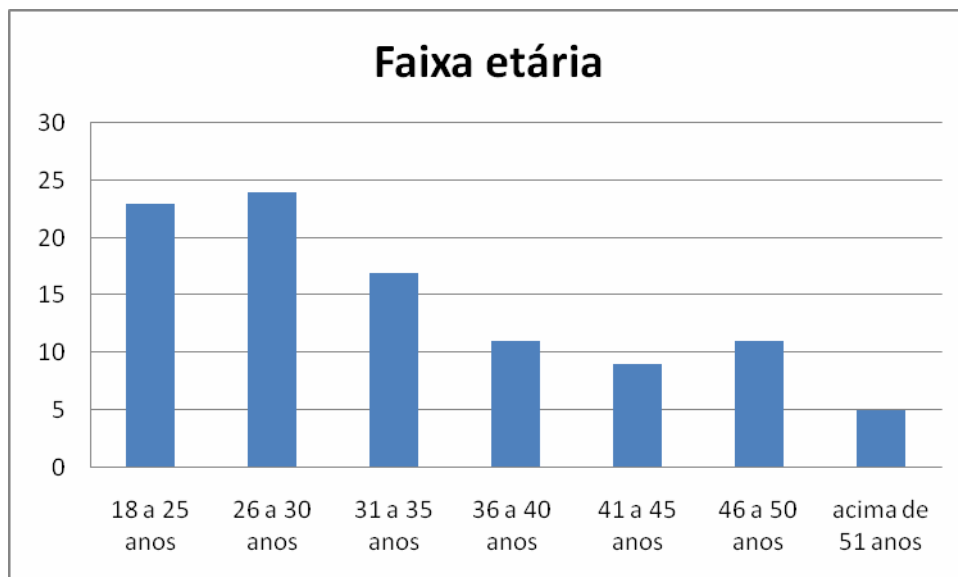
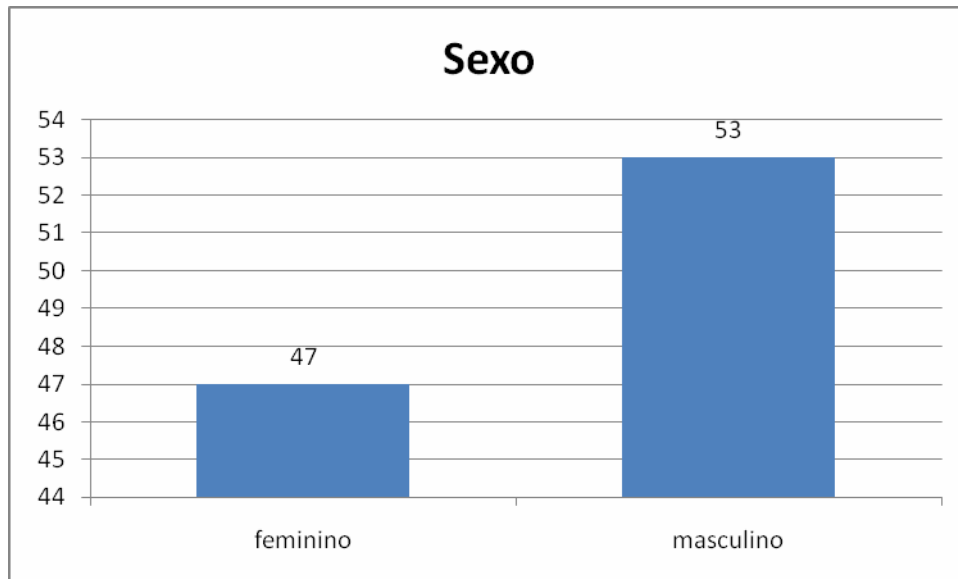
A metodologia utilizada para conhecermos o interesse do público em relação a um programa de esporte direcionado para o público local da cidade de Dourados, foi a pesquisa quantitativa através da aplicação de um questionário formulado por meio da entrevista estruturada.

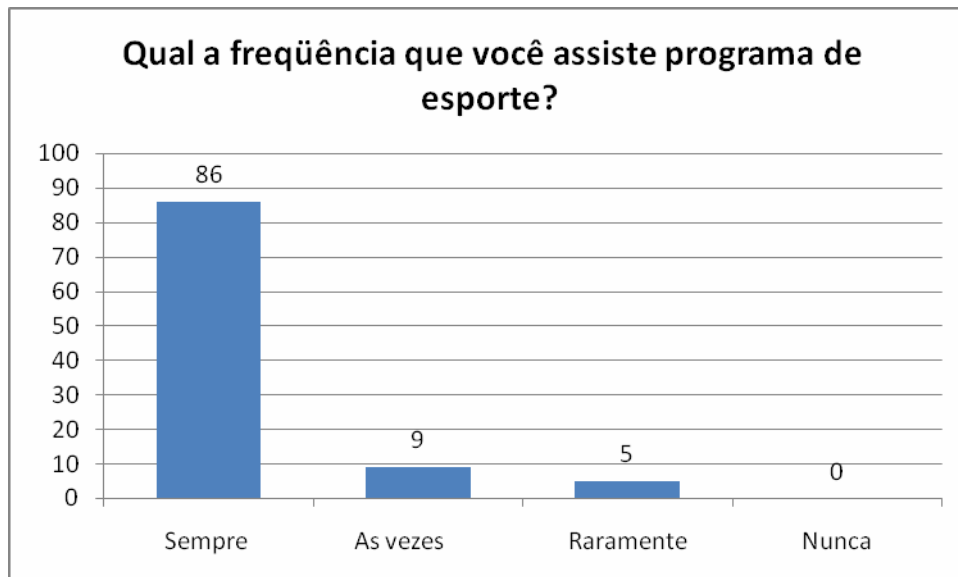
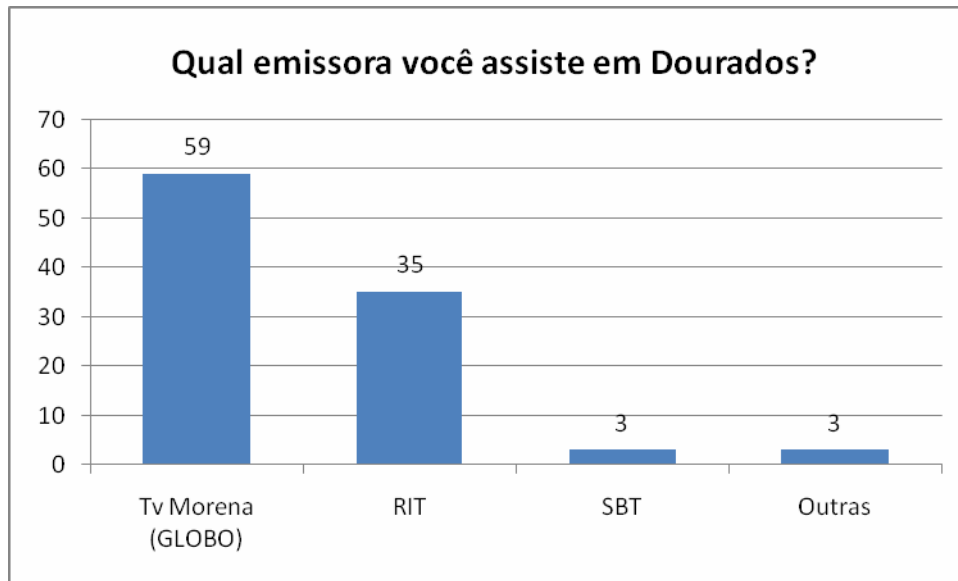
O questionário foi aplicado no Centro de Dourados, uma vez que inúmeras pessoas de diversas regiões da cidade circulam nesse local, facilitando o desenvolvimento da pesquisa. Ao todo, 100 pessoas responderam ao questionário, o qual foi realizado entre os dias 02 a 04 de novembro de 2007.

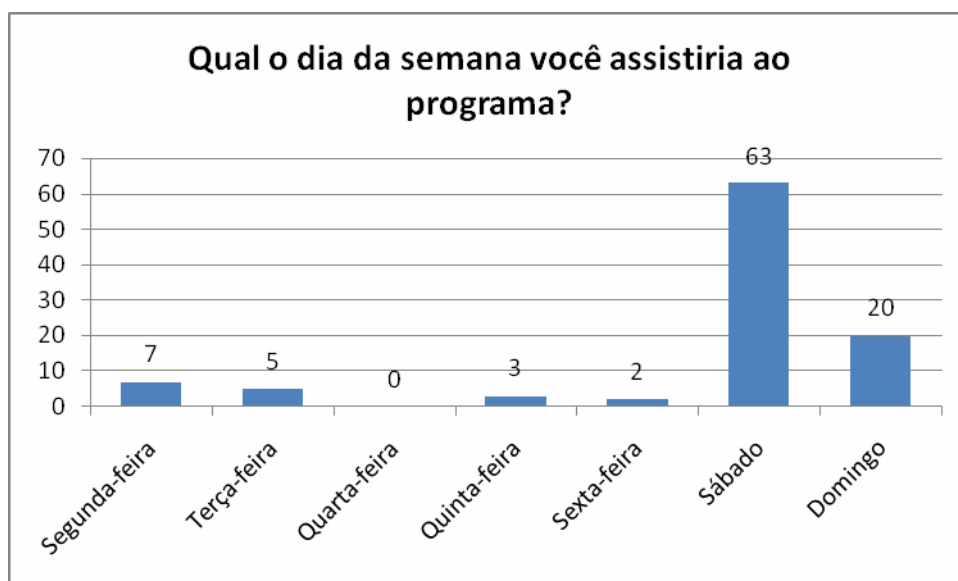
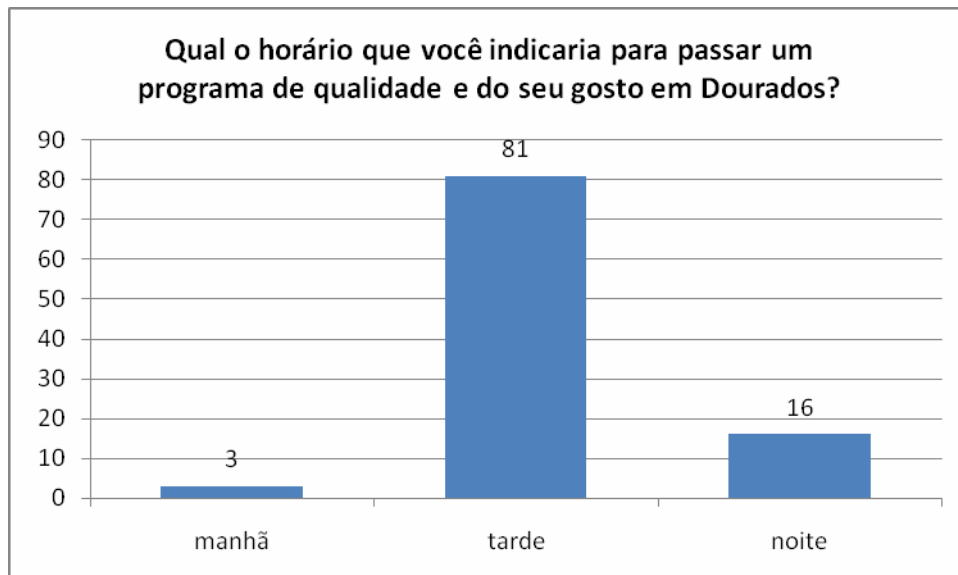
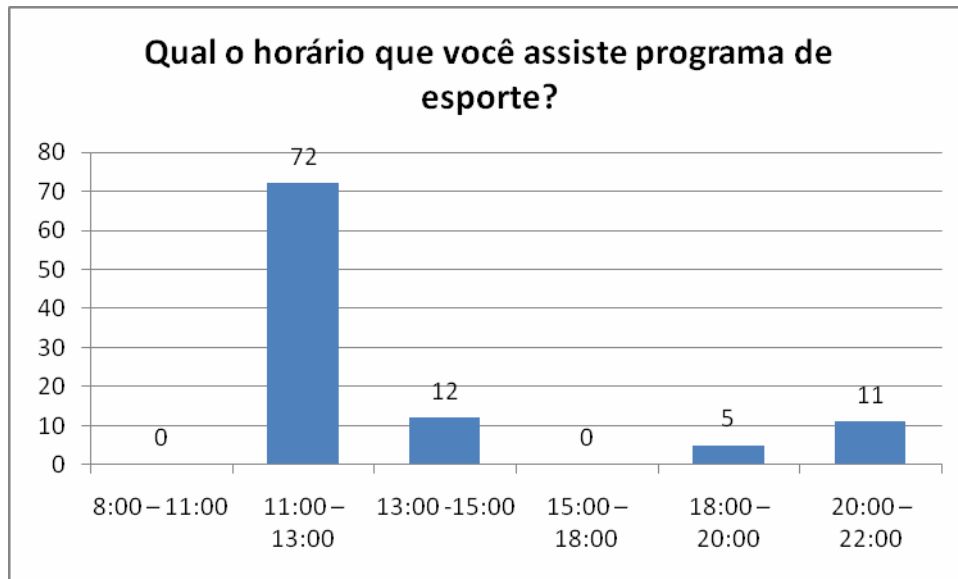
Para sabermos o público alvo, e comprovar também o interesse da população em relação a um programa de esporte na cidade, foi aplicado um questionário, fazendo dessa forma uma pesquisa de mercado para saber se o programa realmente era viável na cidade de Dourados. Além da pesquisa de mercado, conversamos com lojistas (possíveis patrocinadores) para saber o interesse deles em patrocinar um programa de esporte local.

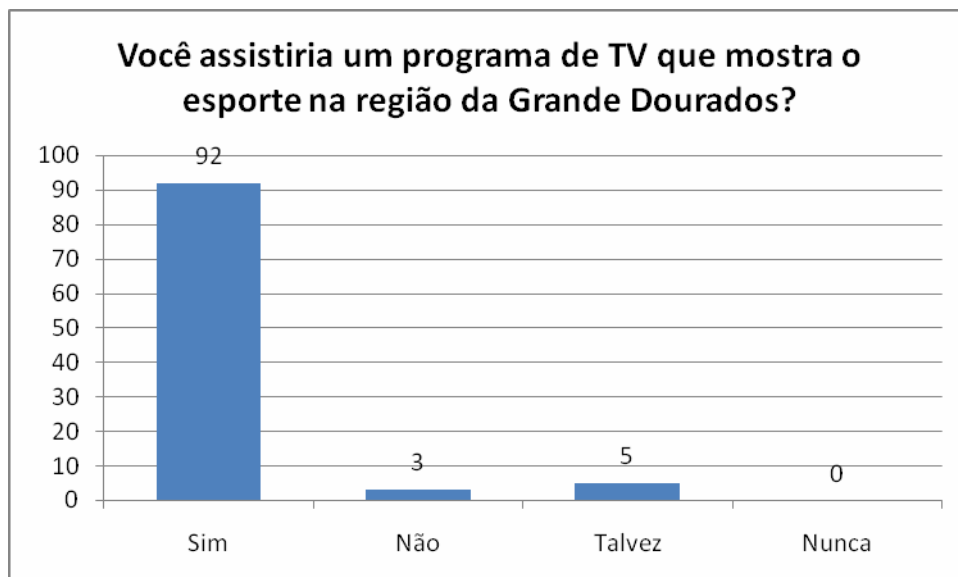
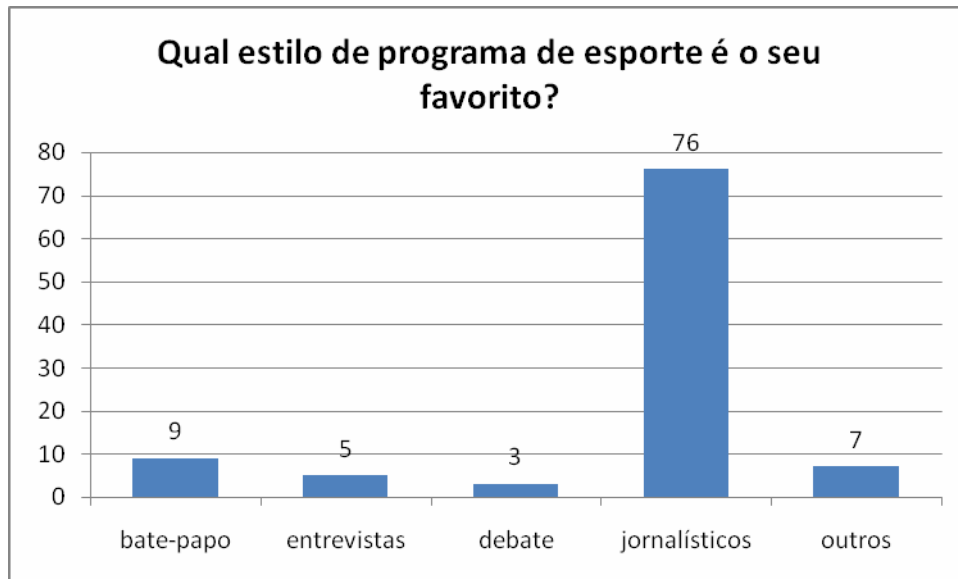
Os gráficos abaixo apresentam os resultados da aplicação dos questionários e entrevistas realizadas pelo grupo no centro da cidade de Dourados. Com base nesses dados, formulamos o formato do programa + *Esporte*.











DESCRIÇÃO DO PRODUTO



O PROGRAMA + ESPORTE traduz o limite, o extremo dos diversos tipos de esportes praticados em Dourados.

Critério editorial

Informação com pautas de aventura e esporte.

Ponto de vista

Os assuntos são retratados no estilo “anti-herói”, enfatizando a didática, deste modo ele aproxima os diferentes tipos de expectadores, praticantes ou não, apresentado por quem entende do assunto de verdade.

Abrangência

O programa se restringe a cidade de Dourados e seus distritos, revelando as atividades esportivas desses locais. São esportes e atividades cada vez mais acessíveis e praticados, atingindo assim pessoas de idades e classes sociais diferentes.

Conceito

Acompanha o movimento de expansão dos esportes na região de Dourados, tanto na sua divulgação e aceitação do público, como opção de programa de Tv.

Ação Social

O programa vai dedicar espaço para divulgar matérias sobre atividades esportivas com o intuito de promover a ação social para a população.

Sugestão de ativação de patrocínio

Inserção da logomarca em todas as peças de Publicitárias.

Ação de Marketing visando ganhos Institucionais e Mercadológicos.

Razões que levam ao investimento em

Credibilidade da Instituição / Produtor / Grupo / Pessoa;

Acreditam que o projeto proposto é importante;

Responsabilidade comunitária / orgulho civil / ganho social;

Promoção Institucional;

Identidade com o tema do projeto;

Reconhecimento público;

Incentivos Fiscais.

Sobre o desenvolvimento do programa

As câmeras são distribuídas cuidadosamente, para captar os melhores ângulos possíveis.



A equipe de produção é composta pelos acadêmicos do último ano do curso de jornalismo e tem por objetivo trabalhar em parceria com os “destaques” de cada modalidade, captando o que há de melhor da verdadeira emoção que há nos esportes.

As câmeras são de última geração, digitais o que favorece a captação de imagens de ângulos e características que cada esporte necessita.

Duração: 30 minutos

Formato: 03 blocos

Periodicidade: Semanal, sendo exibidos aos sábados

Canal: RIT – Rede Internacional de Televisão, canal 5

Horário: 12:30 às 13:00

Potencial de telespectadores: aproximadamente 78 mil domicílios por dia.

Público estimado: 100 mil por dia na exibição

Perfil: Classes B e C; idade entre 18 e 54 anos; jovens e adultos; praticantes ou simpatizantes de esportes e aventura; consomem produtos relacionados com estes assuntos.

Sexo (%): 49 Homens e 51 Mulheres

Target preciso

Procuram atrações que atendam seus desejos específicos

Maior retorno institucional

Pack Shot

Exibido na finalização de cada bloco, sendo 02 (duas) inserções no total

Formato: 5 segundos de filme mostrando a marca do patrocinador como “oferecedor” do programa

O pack-shot pode ser a logomarca animada ou congelada, com dissertação ou não

Merchandising

Todos os trajes e equipamentos da equipe de produção e do apresentador

Formatos: Aplicação da logomarca do patrocinador

Obs: tamanhos e posições das aplicações serão adaptada caso a caso por traje e equipamento

O programa + *Esporte*

O projeto de reportagens especiais visa a realização de matérias que provoquem um impacto mais profundo no público, sobre assuntos de esporte-aventura, e filmados nas mais diversas condições e locais onde a notícia possa acontecer.

Como retorno de mídia, o programa oferece a associação da marca do patrocinador diretamente as reportagens e esportes nele relacionados, na equipe de produção e



apresentação do programa, além de distribuição de produtos nos eventos ou locais retratados.

Pautas propostas

Esporte social – retransmissão: Escolinha/futebol

Basquete cadeirantes

Skate

Proposta

Produzir programas mostrando as belezas geográficas do local, serras, lagoas, rios, lagos, entre outros, objetivando a cultura e história locais de diferentes regiões, isso sempre relacionando a prática esportiva. Cobertura dos campeonatos realizados na região, tais como: os campeonatos de skate, bike, motocross, futebol, kart e outros...

Nossos Valores

Ética e respeito

Responsabilidade profissional

Sigilo no trato dos assuntos sob nossos cuidados

Seriedade na realização dos trabalhos contratados

Comprometimento firme com nossos parceiros e clientes

Marco de referência para o mercado.

CONSIDERAÇÕES

Diante todos os fatos apresentados, concluímos que o programa + *Esporte* é viável, uma vez que a cidade de Dourados comporta este tipo de programa esportivo, devido ao número de habitantes e de empresários nesse ramo de esportes, além da carência de um programa esportivo como esse na programação local.

Com todo o processo de criação e término do piloto, tivemos a oportunidade de ver e sentir como é trabalhar no ramo jornalístico. Passamos por situações semelhantes de um programa real de esportes na TV e conseguimos contornar os problemas existentes, fazendo um piloto de qualidade.

Caso este projeto se torne realidade, estamos cientes de algumas dificuldades que podemos encontrar pela frente, tais como falta de mão-de-obra qualificada e os equipamentos necessários para produzir o + *Esporte*.

REFERÊNCIAS



- BAZI, Rogério. *TV Regional: trajetória e perspectivas*. Campinas: Alínea, 2001.
- DORNELLES, Beatriz. *Imprensa Local*. In: MELO, José Marques de; SATHLER, Luciano. *Mídia Cidadã: Utopia Brasileira*. São Bernado do Campo: Metodista, 2006.
- LIMA, Maria Érica de Oliveira. *RTP: local ao global*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lima-erica-rtp-local-global.pdf>. Acessado em: 23/10/2007.
- MÜLLER, Karin. *Televisão regional e rede nacional: um estudo de caso de emissoras afiliadas da Rede Bandeirantes de TV*. Disponível em: <http://www.adevento.com.br/intercom/2007/resumos/R0662-1.pdf>. Acessado em: 23/10/2007.
- OLIVEIRA, Roberto Reis de. *Mídia regional: Proximidade e mercado – a TV TEM*. Publicado em 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-roberto-midia-regional.pdf>. Acessado em: 23/10/2007.
- PERUZZO, Cicília M. Krohling. *Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências*. Comunicação e Sociedade, Ano 26, n. 43, jan/julho 2005.
- SANTOS, Roberto Elísio dos; LICHT, René Henrique Gotz; GIL, Antonio Carlos. *A comunicação regional no contexto da Globalização: uma reflexão sobre a Região do Grande ABC*. Disponível em: <http://repositorio.portcom.intercom.org.br/bitstream/1904/18041/1/R0920-1.pdf>. Acessado em: 23/10/2007.
- SOUSA, Cidoval Moraes de. *Televisão regional, globalização e cidadania*. Rio de Janeiro: Sotese, 2006.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Comunicação regional e local na Europa Ocidental*. Publicado em 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-comunicacao-regional-na-europa-ocidental.pdf>
Acessado em: 23/10/2007.