




R\$ 9,90

NEW GOLF

Ano 3
Número 15
2011 

Show profissional

Revelação do golfe brasileiro,
JP Albuquerque fala de sua
grande vitória na Bahia

Os mesmos campeões

Rafael Becker e Mariana
de Biase seguem soberanos
no Amador do Brasil

Golfistas na rede

Lançado o New Golf Friend,
a rede social exclusiva para
os amantes do esporte

Surpresas no Tour

Clarke e Bradley superam
favoritos e são campeões dos
últimos majors do ano

É tempo de tornar o golfe mais acessível

Por Mark Diedrich*

Foto: Divulgação

Apenas cinco anos dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro, sinto que está se perdendo uma grande oportunidade de ajudar o crescimento do golfe no Brasil e no restante do mundo. Mas se as organizações responsáveis por comandar o golfe no País e o governo brasileiro decidirem trabalhar em conjunto ainda não é tarde demais.

O Brasil é um mercado muito diferente do americano e do europeu. Ele tem que enfrentar os próprios desafios para o seu crescimento. Dentre eles temos o seu alto custo, a falsa impressão de que é um esporte somente para ricos, a pequena participação das crianças e a falta de campos para iniciantes, como os de par 3 e campos de 9 buracos. O principal fator é o alto custo e

a principal razão disso é o número reduzido de jogadores. Entre outras razões para esse custo elevado estão:

- Com tão poucos jogadores, poucas rodadas são jogadas nos campos brasileiros e a manutenção dos locais continua muito custosa. Isso força os donos de campos de golfe a cobrar um alto valor nos green fees daqueles que realmente jogam. Eles precisam de maior rotatividade para distribuir o custo de manutenção numa população maior de usuários;

- O equipamento é de alto custo. Devido à baixa demanda, praticamente nenhum equipamento de golfe é fabricado no Brasil, o que resulta em altas taxas de importação. Mais golfistas criariam uma demanda no Brasil que viabilizaria empreendedores a começar a fabricar equipamentos aqui;

- A legislação trabalhista no Brasil torna cara e desafiadora a utilização legal dos caddies pelos proprietários de campos de golfe. Historicamente, o trabalho dos caddies é uma importante forma de apresentar o golfe a uma população de menor renda. Angel Cabrera, campeão de dois majors e um dos principais jogadores do mundo, é um exemplo de um argentino pobre, que começou sua carreira como caddie.

O exemplo americano

Além de convencer o governo a reduzir os impostos de importação de equipamentos de golfe e modificar as leis trabalhistas para os caddies, a única maneira de reduzir o custo do golfe é aumentando o número de joga-

dores. Para se criar mais golfistas no Brasil, precisamos buscar formas de tornar o esporte acessível, mais divertido para novos jogadores e desenvolver cada vez mais o trabalho com a nova geração: as crianças. Com quase 30 milhões de jogadores de golfe e um esforço constante para mantê-los, os Estados Unidos podem nos dar muitos exemplos de onde tirarmos ideias. Alguns exemplos de iniciativas nos Estados Unidos incluem:

- Para tornar o jogo mais rápido, mais fácil para o jogador mediano e mais divertido para uma família, foram criados nos últimos anos o programa PGA (Play Golf America) Family Course e o Tee it Forward. O Programa PGA Family Course incentiva os clubes a oferecer um “campo curto” com o uso de marcadores de tees PGA Family. Estes marcadores permitem que qualquer campo existente se adapte a jogadores iniciantes ou mais jovens definindo tees “família” ao longo do campo que melhor se adaptam aos jogadores iniciantes, resultando em uma experiência de golfe de duração mais amigável e mais acessível. Tee it Forward é uma nova iniciativa que incentiva os golfistas a jogar de tees mais à frente dos que eles estão acostumados a jogar para tornar a partida mais rápida e divertida para os golfistas de todos os níveis. A base deste programa é a evidência recente que sugere que a falta de distância do drive em comparação aos golfistas profissionais torna um campo de golfe muito mais difícil aos jogadores medianos que partem de tees de onde eles pensam que deveriam estar jogando.

- Para encorajar novos golfistas ao esporte, o Golf 20/20

lançou um programa com a PGA chamado Get Golf Ready, que oferece uma série de cinco aulas de golfe por professores profissionais da PGA por apenas 99 dólares.

- Lições valiosas do golfe são introduzidas às crianças carentes pelo The First Tee. Criado pelo World Golf Foundation, a missão do The First Tee é impactar as vidas das crianças promovendo programas educativos que formam o caráter, agregam valores de melhoria de vida e promovem escolhas saudáveis através do golfe.

- Um programa de introdução do golfe para as crianças na escola vem da Fundação The Spirit of Golf. Através do programa, a organização arrecada dinheiro para fornecer equipamento de golfe, redes de proteção para treino (hitting nets) e outras ferramentas de simulação de jogo para as escolas oferecerem o golfe como parte do currículo. A organização também oferece um “Programa para Certificação de Treinadores Spirit of Golf” para ajudar a transformar treinadores, professores de Educação Física e conselheiros escolares em mestres do jogo de golfe.

Todos os programas anteriores são criados, financiados e promovidos por organizações de golfe como o PGA of America, o

PGA Tour, a USGA (United States Golf Association), o LPGA (Ladies Professional Golf Association), sendo que todas compreendem a necessidade de um desenvolvimento contínuo do jogo de golfe para a sua sobrevivência e investem nesses programas para garantir isso.

Ao mesmo tempo em que programas como o Golfe Nota 10, da Federação Paulista, existem no Brasil, eles carecem do necessário apoio financeiro e de toda a indústria do golfe para fazer realmente o impacto que eles seriam capazes de efetivar. Como um americano olhando de fora para o mercado no Brasil, acredito que há muitas oportunidades que ainda têm de ser efetivadas para aumentar o número de golfistas brasileiros. Como os olhos do mundo estarão no Brasil durante os Jogos Olímpicos do Rio, as organizações do mundo do golfe como a PGA Tour e o Royal and Ancient (R&A) deveriam estar dispostas a fornecer o dinheiro e a experiência deles para garantir que o jogo tenha um apelo mundial. Atualmente, a reputação do golfe no Brasil de que é um jogo acessível apenas aos ricos não cria o apelo internacional que essas organizações precisam para fazê-lo crescer por aqui e no restante do mundo.

Mark Diedrich



Mark Diedrich, diretor da Kuo Diedrich, é arquiteto de clubhouses de golfe há cerca de 17 anos. Escreve sobre o tema e ministra palestras pelo mundo todo, incluindo Febragolfe e Brasil Golf Show, no Brasil, Harvard Graduate School of Design e a Emory University, em Atlanta (EUA).

mark@kuodiedrich.com
<http://www.kuodiedrich.com>

This is the Time to Make Golf Accessible to More Brazilians

By Mark A. Diedrich

Only five years away from the Rio Olympics, Brazil is missing its opportunity to help grow the game of golf both at home and worldwide. But it is not too late to succeed if the Olympic Committee, the CBG, FPG, and other Brazilian golf organizations, and the Brazilian government can work together.

Brazil is a very different market for golf than the United States and Europe and it faces its own unique set of challenges to increase participation. These include the high cost of participation, the perception that it is a sport only for the wealthiest, a lack of participation in children, and a lack of beginner courses such as par 3 or nine-hole courses. The greatest of these is high cost, and the main reason for the high cost is a lack of participants. Some reasons for the high cost include:

- With so few participants, there are not many rounds played on Brazilian courses despite the high cost of maintenance. This forces golf course owners to charge a high price for green fees to those who do play the course. They need more rounds played to spread the cost of maintenance among a greater population of users
- Equipment is expensive. Due to low demand,

almost no golf equipment is manufactured in Brazil. As a result all equipment faces high import taxes. More golfers would create a demand in Brazil that would allow entrepreneurs to begin manufacturing equipment here.

- Labor laws in Brazil make it expensive and challenging for golf course owners to legally utilize caddies. Historically, caddying is an important way to introduce golf to a lower income population. Angel Cabrera, champion of the 2010 Masters Tournament, is an example of a poor Argentinean who began his career as a young caddy.

Aside from convincing the government to reduce import taxes on golf equipment and modify labor laws for contract caddy workers, the only way to reduce the cost of golf is to increase participation. In order to create more golfers in Brazil, we need to look at ways to make it more accessible, more fun to new golfers, and develop the next generation of golfers in children. With nearly 30 million golfers and an ongoing struggle to maintain them, the United States contains many examples

from which to draw ideas. A few examples of golf initiatives in the United States include the following:

- To make the game faster, easier to the average golfer, and more fun for a family, the PGA (Play Golf America) **Family Course Program** and **Tee It Forward** program were created in recent years. The PGA Family Course Program encourages golf clubs to offer a “short course” experience through the use of PGA Family Tee Markers. These markers allow any existing course to adapt to beginner or younger golfers by designating family tees within the course that best suit inexperienced players, resulting in a more time-friendly and affordable golfing experience. Tee It Forward is a new national initiative that encourages golfers to play tees forward of the tees they usually play to make the game faster and more fun for golfers of all skill levels. The basis of this program is recent evidence that suggests that a lack of driving distance compared to professional golfers is creating a much more difficult golf course for

average golfers playing the tees that they believe they should be playing.

- To encourage new golfers to the sport Golf 20/20 launched a program with the PGA called **Get Golf Ready** that offers a series of five structures golf lessons by PGA teaching professionals for just 99 dollars.
- Golf's valuable lessons are introduced to low income children through **The First Tee**. Created by the World Golf Foundation, the mission of the first tee is, "To impact the lives of young people by providing educational programs that build character, instill life-enhancing values and promote healthy choices through the game of golf."
- A program to introduce golf to children in school comes from **The Sprit of Golf Foundation**. Through the program,

the organization raises money to provide golf equipment, hitting nets, and other golf simulation tools to schools to offer golf as a part of the curriculum. The organization also offers a "Spirit of Golf Coaches Certification Program" to help develop coaches, physical education teachers, and school counselors into mentors of the game of golf.

All of the programs above are created by, funded by, or promoted by golf organizations such as the PGA of America, The PGA Tour, The USGA (United States Golf Association), and LPGA (Ladies Professional Golf Association). All of whom understand the need for continued development of the game of golf for their survival, and invest in these programs to ensure it.

While programs such as Golfe Nota 10 by the Federacao

Paulista exist in Brazil, they currently lack the financial and industry wide support that are needed to make the impact they are capable of. As an outsider (American) looking at the industry, I think there are many opportunities that have yet to be taken to increase participation. Because the eyes of the world will be on Brazil during the Rio Olympics, the world golf organizations such as The PGA Tour and the Royal and Ancient (R&A) should be willing to provide their money and expertise to ensure that the game has worldwide appeal. Currently golf's reputation in Brazil as a game accessible only to the wealthy does not create the international appeal that these organizations need to grow the game of golf.

For more information, contact Mark Diedrich via email at mark@kuodiedrich.com or visit the website at www.KuoDiedrich.com.