

Torcida recorde

Apesar de concentrar grande parte das provas nas madrugadas e manhãs, Olimpíada trouxe boa audiência para as TVs

BÁRBARA SACCHITIELLO E SANDRA SILVA



Ainda que o esporte nacional não tenha trazido de Pequim uma coleção de medalhas douradas, os veículos televisivos que se dedicaram à cobertura olímpica fecharam sua participação com bons motivos para comemorar.

Durante os 17 dias de transmissão — já que as competições de futebol tiveram início dois dias antes da abertura oficial dos jogos — as redes Globo e Bandeirantes viram suas médias de audiência das madrugadas e das manhãs contabilizarem expressivos crescimentos. A diferença do fuso horário não foi motivo para diminuir o interesse do público. De acordo com dados fornecidos pela Rede Globo, até

pontos. Após o início dos jogos, o índice subiu para 3,8 pontos.

O público que passou as madrugadas acordado para acompanhar as provas também fomentou o crescimento da Band nas últimas semanas. Com a transmissão da ginástica artística, por exemplo — que foi exibida, no Brasil, após a 1h da madrugada —, a emissora conseguiu uma média de 10 pontos no Ibope, chegando a picos de 12, um recorde para o horário.

Bastante satisfeitas com os resultados obtidos, as duas emissoras apontam vários exemplos de jogos e provas em que a torcida colaborou para agitar a geralmente pacata audiência das madrugadas e manhãs. Um grande exemplo disso foi a transmissão da final do

Olímpicos da China, mas esta Olimpíada superou Atenas 2004”, afirma o vice-presidente do Grupo Bandeirantes, Paulo Saad.

O Sportv, com transmissões em cinco canais das operadoras Net e nas licenciadas Net, Sky, TVA e Telefônica, chegou a registrar crescimento de audiência de 418% durante a madrugada, na comparação com julho. A modalidade que atraiu mais torcedores para o canal foi o vôlei de praia, até o dia 11 de agosto: 2,6 milhões de pessoas acompanharam a modalidade em pelo menos um dos cinco canais da Sportv. O futebol, com 1,8 milhão de telespectadores, foi a segunda modalidade mais assistida. “Batemos nosso próprio recorde em Pequim. O modelo que encontramos para esta Olimpíada leva ao assinante a melhor e maior cobertura possível”, afirma o diretor de negócios do Sportv e da Globosat HD, Pedro Garcia.

A ESPN Brasil reforçou presença em TV, cinema, internet, mídia impressa e internet. “Para o fanático por esportes é touché. Esse tipo de telespectador acompanha sempre. E para os outros públicos os esportes passam a ter uma importância que em geral não têm”, afirma o gerente de marketing da ESPN Brasil, Robert Mills.

o dia 19 as transmissões olímpicas fizeram com que a audiência das manhãs da emissora carioca, considerando a faixa entre 6h e 12h, crescesse 72%, saltando de 7 pontos na média de julho para 12 pontos. Cada ponto corresponde a cerca de 55 mil domicílios na Grande São Paulo.

As madrugadas também renderam picos favoráveis à emissora. No horário após a meia-noite, pico da transmissão de variadas modalidades, a Globo chegou a alcançar 12 pontos de audiência e 55% de share. Em meses de programação normal, a média do horário geralmente não ultrapassa os 6 pontos.

A Band também viu seus investimentos na cobertura dos jogos se refletirem em bons resultados. Logo após a tocha olímpica ser acesa no estádio Ninho do Pássaro, a emissora de São Paulo viu a sua audiência média de todo o dia (faixa entre 7h e 24h) saltar 46%. Na primeira semana de agosto, a audiência do canal batia na marca de 2,6

campeonato feminino de futebol, realizada no dia 21, quando a seleção brasileira acabou perdendo para as norte-americanas, ficando com a medalha de prata. Com a partida, que teve início às 10h, a Globo ficou na liderança do horário, com média de 21 pontos, seguida pela Band, que alcançou média de 6,5 pontos.

TV PAGA

Na TV por assinatura, o Sportv chegou a registrar 2,6 milhões de telespectadores na madrugada. As modalidades mais assistidas até o dia 11 de agosto nos cinco canais da Sportv foram vôlei de praia e futebol.

No canais do Grupo Bandeirantes, a Olimpíada de Pequim também superou os Jogos Olímpicos de Atenas, de 2004. “A Olimpíada de Pequim começa às 22 horas e é retransmitida ao longo do dia em 24 horas de programação. Em Sydney (2000), na Austrália, já tivemos um bom resultado em audiência. Ainda não temos números finais do Ibope dos Jogos

Portais atingem picos

Os portais da internet brasileira experimentaram um aumento considerável na audiência durante a cobertura da Olimpíada de Pequim. A maioria dos endereços registrou picos de acesso na parte da manhã, entre 8h e 11h, com tempo médio de navegação de dez minutos. “Esta foi a Olimpíada da internet, principalmente em razão do fuso horário. Com a maioria dos eventos acontecendo durante a madrugada, os internautas aproveitaram para se atualizarem pela manhã. Além disso, a web oferece em tempo integral recursos como quadro de medalhas, reportagens e todo um conteúdo que pode ser

acessado a qualquer momento”, acredita Caíque Severo, diretor de conteúdo do iG, que durante as duas semanas de cobertura teve audiência 33% maior.

Grande vedete da Olimpíada da internet, os vídeos disponíveis foram assistidos milhões de vezes. No Terra, por exemplo, que teve o direito de transmissão concedido pelo Comitê Olímpico Internacional (COI), mais de 20 milhões deles foram vistos pelos cerca de 12,3 milhões de visitantes que passaram pelo portal no período de duas semanas. “Cerca de 30% do total desses vídeos diz respeito aos conteúdos transmitidos ao vivo, chegando a 50% em alguns casos, como na partida de futebol entre Brasil e Argentina”,

disse Paulo Castro, diretor geral do portal. No YouTube, o canal Time Brasil, em parceria com o COB, teve 800 mil inscritos e mais de 600 mil vídeos assistidos. No MSN, foram 2 milhões de vídeos assistidos, e o canal de esportes teve dobrado o número de páginas vistas.

Segundo Enor Paiano, diretor de publicidade do UOL, a Olimpíada fez a audiência da

home page ter um incremento de cerca de 15% e acabou configurando um mês bastante forte para a publicidade. “Anunciantes que não integraram o especial da Olimpíada, como a Nike, aproveitaram o momento e a audiência para marcar presença na home”, conta. Outro que teve a página principal beneficiada pelo evento foi o recém-reformulado site da ESPN Brasil. Focado no conceito de interatividade, o endereço dobrou o tempo de navegação e registrou cerca de 30% a mais em visitantes únicos. Já o hot site olímpico contou com 250 mil usuários únicos e 1 milhão de páginas vistas durante a cobertura.

MARIANA DITOLVO

Jornais rodaram mais tarde

Não podendo disputar com portais e canais de TV e rádio o ouro na categoria velocidade de cobertura, os grandes jornais apostaram na estratégia de atrasar ao máximo o fechamento dos seus cadernos de esporte para levarem a cobertura mais completa possível até seus leitores.

“Nossa proposta foi abandonar o factual e ir no caminho do jornalismo investigativo, sermos mais analíticos. Um exemplo foi a matéria que fizemos explicando o segredo da virada de Michael Phelps, que posteriormente foi dada por vários veículos. A diferença entre a cobertura do futebol e a da Olimpíada era clara”, conta Antônio Nascimento, editor de esporte do jornal O Globo — título que estava no pool de cobertura da Infoglobo ao lado de Extra e Diário de S. Paulo.

O Estado de S. Paulo também investiu em matérias além dos

resultados dos jogos. O título empurrou o fechamento da edição de São Paulo para 1h15 da manhã, com direito a choro até às 2h, e adiantou o início do expediente de parte da equipe para às 5h, para que eles pudessem trabalhar com os enviados a Pequim.

“Nosso desafio foi contar de um jeito analítico, mas sem perder a emoção, os fatos importantes; antecipar o que iria acontecer para os leitores se programarem; e aproveitar a oportunidade da realização dos jogos na China para contar um pouco do que é esse país. Além de oferecer a análise no jornal, o leitor tinha a cobertura do portal do Estadão”, explica Luiz Fernando Rila, editor executivo do diário.

A Folha de S. Paulo esticou seu prazo de fechamento da edição de São Paulo em uma hora, com possibilidade de realizar mudanças até às 2h para ampliar a cobertura

dos jogos. “Pegávamos o começo do dia olímpico e concentrávamos a cobertura no quadro de resultados. As coisas verdadeiramente importantes, como os recordes do Phelps, entraram sem prejuízo para o leitor, até porque alguns horários foram mudados para se enquadrarem ao prime time dos EUA”, lembra Alec Duarte, editor assistente de esportes.

Já o Lance, 100% focado em esportes, utilizou nos principais dias dos jogos o mesmo processo de fechamento dos dias de rodada dos campeonatos nacionais de futebol. “Fechamos depois da meia-noite. Não tivemos muita dificuldade. O que fizemos foi montar uma equipe grande, com 12 pessoas, para trabalhar de madrugada no Lancenet para recolher o material enviado pelo pessoal de Pequim”, diz o editor chefe Luiz Fernando Gomes.

FERNANDO MURAD