

Pirataria não é prioridade para Warner

Gustavo Franceschini

Dona de um dos principais contratos de licenciamento do São Paulo, a Warner Bros foge à regra e não foca sua atenção no combate à pirataria. Apesar de demonstrar certa preocupação com a prática, Marcos Bandeira, gerente geral de produtos da companhia, entende que uma boa estratégia de atuação pode superar razoavelmente o problema.

"Nós nunca discutimos muito isso com o São Paulo. O principal foco de pirataria está na porta do estádio, e o clube resolveu grande parte disso com a loja no Morumbi. Além disso, temos a carreta que acompanha o time em alguns jogos que também cumpre esse papel", disse o executivo, principal estrela do penúltimo painel desta segunda do 3º ABA Esportes, que acontece até está terça no hotel Sheraton, no Rio de Janeiro.

O principal temor da Warner está relacionado à mistura de duas marcas fortes. Preocupado com a repercussão que um Pernalonga são-paulino pode ter para outras torcidas, Bandeira evita que os produtos cheguem ao consumidor comum.

"Nós mantemos esse tipo de material em lojas do clube e no estádio. No Brasil a gente sabe que é complicado para o corintiano ver alguma coisa assim, porque ele faz a ligação direta", disse Bandeira, em entrevista exclusiva à Máquina do Esporte.

Essa relação delicada com os diversos públicos é, inclusive, uma das razões que afastam a Warner Bros de um contrato de patrocínio com o São Paulo. "Isso realmente é uma das coisas que interferem. E nós também não temos intenção de entrar nisso porque é uma questão de estratégia. Nós somos bons em licenciamento", concluiu o executivo, que contou com Ingrid Buckmann, gerente da marca Shell no Brasil, como mediadora.

FRANCESCHINI, Gustavo. Pirataria não é prioridade para Warner. **Máquina do Esporte**. Disponível em: <www.maquinadoesporte.com.br>. Acesso em: 14 nov. 2008.