

São Paulo ganhará canal aberto com conteúdo esportivo 24 horas por dia

Com participação de 15% do BNDES, Esporte Interativo terá sinal UHF para ampliar cobertura

Com investimento de R\$ 45 milhões nos próximos três anos, um dia antes do início da Copa do Mundo na África do Sul (10 de junho) o canal Esporte Interativo passará a retransmitir seu sinal para a rede de televisão UHF de São Paulo, além de manter a cobertura para as cidades do interior.

Desde 2007, este é o único canal aberto do Brasil dedicado aos esportes 24 horas ao dia, com transmissão via antenas parabólicas. “Conseguimos a concessão do canal 36 por meio de acordo com o grupo Estado”, explica Edgar Diniz, presidente do canal Esporte Interativo, sem dar detalhes da operação.

Diniz e um grupo de executivos detêm 55% do quadro acionário da companhia, enquanto o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) possui 15%. Os 30% estão diluídos no mercado.

Emissora projeta crescimento anual de 50%, aproveitando bom momento do país com a realização de grandes eventos esportivos até 2016

Ao ingressar na rede UHF e, conseqüentemente, na grade da TV por assinatura, o canal ampliará seu alcance de 20 milhões para 90 milhões de pessoas.

“Em 2010 o crescimento começa a se posicionar de forma mais agressiva porque o esporte será a bola da vez nos próximos seis anos no Brasil”, diz o executivo.

Com uma programação diversificada, que inclui a Liga dos Campeões da Europa e Campeonatos Mundiais de Basquete, Judô e Handebol, o Esporte Interativo tem 90% das cotas publicitárias vendidas para grandes empresas e verificou um crescimento de 83% na receita líquida do primeiro quadrimestre de 2010, frente ao mesmo período de 2009.

“Para os próximos anos fica mais difícil manter essa margem de crescimento, uma vez que a base está aumentada, mas é projetada uma expansão entre 40% e 50% ano a ano”, destaca Diniz.

Apesar de não ter o direito de transmissão da Copa do Mundo



Canal esportivo, antes restrito a parabólicas, negociou concessão de UHF com o grupo Estado

de 2010, o canal enviou uma equipe de 12 pessoas para a África do Sul para garantir todo tipo de conteúdo informativo sobre o evento.

“Estamos aproveitando o movimento do Brasil pró-eventos esportivos. Queremos ganhar relevância onde não tem

ninguém”, enfatizou Diniz.

Quanto a concorrência com os canais especializados da TV a cabo, o executivo garante que “tem mercado para todo mundo. Vamos competir com nós mesmos, será a nossa capacidade de entregar resultado aos anunciantes”, afirmou. ■ M.R.