

## **Esporte Interativo leva atletas para redes sociais**

*Bruna Cortez*

A Olimpíada de Londres, em 2012, será o primeiro grande evento esportivo depois da explosão das redes sociais e empresas de vários setores estão em busca de oportunidades de negócio relacionadas à competição.

O Esporte Interativo - grupo de mídia especializado em programação esportiva -, firmou parcerias com atletas brasileiros e vai ajudar a criar conteúdo para as páginas de 25 atletas brasileiros em três redes sociais: Orkut, Facebook e Twitter. A companhia negocia a inclusão do Google+ nesse grupo.

Sob esses acordos, o Esporte Interativo pretende atrair mais patrocinadores. Além dos meios tradicionais - a companhia opera o canal de TV 36 UHF, em São Paulo, e um portal na internet -, as cotas de patrocínio vendidas pela empresa vão incluir as redes sociais. A companhia está oferecendo cinco cotas de patrocínio, cada uma delas no valor de R\$ 5,5 milhões.

Nessa parceria com o Esporte Interativo, os atletas ficarão com um percentual do valor de venda da cota de patrocínio, informa Sergio Lopes, vice-presidente comercial da companhia. Esse percentual pode variar de acordo com a visibilidade do atleta nos meios de comunicação.

Entre os 25 atletas estão nomes com grande exposição na mídia como os de Daniele Hypólito (ginástica olímpica), Maurren Maggi (atletismo), Jadel Gregório (atletismo) e a dupla Alison e Emanuel (vôlei de praia). Até 2012, a companhia pretende expandir o número de acordos e atingir a marca de 30 atletas.

Na prática, nada impedia que os próprios esportistas tentassem conseguir patrocínio para suas páginas nas redes sociais, mas o apoio na produção de conteúdo é um fator que ajudou a atrair os atletas para a parceria.

"Estamos estruturando as redes sociais dos atletas e vamos dar dicas sobre o que é mais interessante publicar no perfil. Seremos como um técnico, só que no ambiente das redes sociais", disse Lopes ao Valor.

Devido ao caráter dos sites de relacionamento, que pressupõe um contato mais direto com o público, os próprios atletas serão estimulados a produzir conteúdo. Cada esportista, por exemplo, recebeu um iPod Touch para fazer vídeos.

Caberá ao Esporte Interativo dar sugestões de como fazer esse conteúdo ficar mais interessante. Os profissionais da empresa podem ligar para um atleta de vôlei, por exemplo, e pedir para que ele produza um vídeo falando da expectativa antes de entrar em quadra, diz Lopes.

De acordo com o executivo, o Esporte Interativo também poderá divulgar na rede social dos esportistas entrevistas concedidas pelo atleta para o canal de televisão da companhia.

"Esse trabalho já começa em outubro, no Panamericano de Guadalajara, no México", afirma Lopes. Segundo ele, a competição entre países das Américas será um "aquecimento" para a Olimpíada de Londres.

Para o Esporte Interativo, esse tipo de negócio nas redes sociais não é novidade. A companhia já desenvolve um trabalho de assessoria semelhante voltada à produção de conteúdo em sites de relacionamento para clubes de futebol como São Paulo e Vasco, além de clientes como o técnico e ex-jogador Arthur Antunes Coimbra, o Zico.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 22 set. 2011, Empresas, p. B2.**