Duelo do ano atrai a mídia

Possível encontro entre Santos, de Neymar, e Barcelona, de Messi, reforça plano de cobertura dos veículos de comunicação do Mundial de Clubes da Fifa, em dezembro

Por FERNANDO MURAD fmurad@grupomm.com.br

O mundo da bola estará voltado para Yokohama, no Japão, em 18 de dezembro, quando pode acontecer o aguardado duelo entre o Santos, de Neymar, e o Barcelona, de Messi, na final do Mundial de Clubes da Fifa. Mais do que a disputa pelo título e pelo prêmio de US$ 5 milhões, o que os espectadores esperam é um espetáculo ao melhor estilo futebol arte.

Na expectativa pelo embate, a mídia já traça os planos de cobertura do torneio. Os direitos de transmissão para a TV são da Globo, que ainda não informou os detalhes da cobertura. O que se sabe é que o SporTV também exibirá o campeonato.

O Esporte Interativo, por sua vez, sublicenciado pela Globo, exibirá todas as partidas desde o play-off até a decisão nas TVs aberta e fechada. Além disso, o canal terá três profissionais no Japão para produzir matérias diárias (narradores e comentaristas ficarão no Brasil), e reprisará os jogos horas depois da transmissão ao vivo por conta do horário das partidas.

Já o Grupo A Tribuna, de Santos, enviará seis jornalistas (três do jornal e três da TV) e publicará a partir do início de dezembro um caderno especial no diário A Tribuna. "Em nosso site estaremos 24 horas à disposição dos internautas torcedores santistas, no Japão e em toda parte. Mas estamos examinando a possibilidade de produzir uma versão impressa para os milhares de torcedores que estarão em terras nipônicas" projeta Carlos Conde, editor-chefe do jornal.

Além da cobertura in loco, O Lance apostará em promoções junto aos torcedores. Uma delas contará com uma camisa alusiva à competição. "O torneio é, antes de tudo, uma festa. Estaremos lá torcendo junto com a torcida do Santos. Faz parte da nossa responsabilidade" conta Afonso Cunha, diretor executivo de negócios do Grupo Lance.

DIVULGAÇÃO/JEFFERSON BERNARDES/VIPCOMM

A Tribuna pode repetir estratégia do Zero Hora e ter edição no Japão para a torcida santista

MEMÓRIA SELETIVA

Na edição de 2010 do Mundial de Clubes da Fifa a participação do Sport Club Internacional ensejou uma megaoperação do jornal Zero Hora, do Grupo RBS. Para acompanhar a torcida colorada a mais de 12 mil quilômetros de distância do Estádio Beira-Rio, além de enviar uma equipe de 21 jornalistas para os Emirados Árabes, o título decidiu imprimir uma edição no Oriente Médio.

A empresa fez um acordo com a Masar Printing and Publishing, que distribui 85 publicações dos Emirados e 232 internacionais, dentre eles o inglês The Times, para rodar cinco mil exemplares no País. O jornal circulou entre os dias 13 e 19 de dezembro em Abu Dhabi, sede dos jogos, e em Dubai, onde estava hospedada a maioria dos torcedores do time. Também houve distribuição de dois mil exemplares nos estádios nos dias de jogos do Inter. Para coroar a ação só faltou a conquista do campeonato. O colorado perdeu a semifinal por 2 a 0 do africano Mazembe.

Fonte: Meio & Mensagem, São Paulo, ano 33, n. 1483, p. 49, 31 out. 2011.