

MÁQUINA DE ESPORTE

NÚMERO DO DIA

EDIÇÃO 1061 - SEXTA-FEIRA, 10 / AGOSTO / 2018

520mi de reais é o quanto o Esporte Interativo promete pagar ao ano aos clubes com os quais têm contrato para exibir o Brasileirão



El busca parceiros para Série C e Aspirantes

POR DUDA LOPES, ERICH BETING E WAGNER GIANNELLA

A decisão do Grupo Turner de encerrar os canais Esporte Interativo na TV obrigará a empresa a negociar parcerias para assegurar a transmissão de duas competições que estão em andamento e que eram um dos diferenciais da grade de programação do El por se tratar de torneios menos badalados.

A direção do canal tenta buscar parceiros para poder transmitir as finais da Série C do Campeonato Brasileiro e, também, do Brasileirão de Aspirantes. As duas competições vão acabar depois do desligamento do sinal do El, previsto para daqui a 40 dias, segundo o comunicado divulgado pela Turner na última quinta-feira.

A princípio, as partidas das duas competições não serão retransmitidas pelos canais TNT e Space, como acontecerá com a Liga dos Campeões da Uefa e com



os times com os quais o EI havia firmado contrato para o Brasileirão da Série A.

Segundo apurou a **Máquina do Esporte**, a direção da Turner esperava o anúncio do fim dos canais para poder abrir negociação com outras empresas de mídia para serem parceiras na transmissão. O modelo poderia ser similar ao adotado na Copa do Nordeste, em que o SBT transmitiu algumas partidas da competição.

O futuro dos torneios que foram praticamente criados pelo Esporte Interativo é o que gera maior dúvida no mercado, principalmente com os clubes que conseguem ter exposição de marca graças às transmissões do canal.

No comunicado divulgado à imprensa sobre o encerramento dos canais, a Turner afirmou que apenas a Liga dos Campeões e o Brasileirão serão exibidos pela TNT e pelo Space. Os demais torneios não teriam mais a cobertura da emissora.

Os clubes que jogam a Copa do Nordeste, principal produto do EI, realizam nesta sexta-feira uma reunião, que já estava previamente agendada, mas que agora terá como objetivo debater o futuro da competição sem a presença de seu criador.

O torneio, que se tornou o maior da região na fase em que o EI lançou um canal fechado exclusivo para esse mercado, perdeu neste ano a participação da Globo, mas ganhou o apoio do SBT. Agora, não está descartada até mesmo uma conversa com a emissora carioca, que poderia abraçar o torneio num novo formato e com todas as suas mídias como detentoras exclusivas dos direitos de transmissão.

As definições devem começar a acontecer nas próximas semanas, depois que o EI retomar as atividades regulares, impulsionando as transmissões no meio digital e na criação da faixa dedicada a esporte nos canais de variedades da Turner.

5

RAZÕES PARA O FECHAMENTO DO EI

1. Os canais Esporte Interativo não eram lucrativos. Com o alto custo para a compra de direitos de Liga dos Campeões e Brasileiro e baixa audiência geral do canal, a operação estava no vermelho, sem previsão de melhora no médio prazo.

2. A compra da Turner pela AT&T, nos Estados Unidos, também influenciou, já que a operadora Sky é parte da AT&T também. Assim, para a compra ser aprovada no Brasil, a Turner terá de reduzir sua oferta de produção de conteúdo. Ter menos canais é a alternativa.



2007 - 2018

3. A força digital do Esporte Interativo torna a capacidade de rentabilidade do negócio maior. Ainda mais com o fortalecimento do streaming no Brasil, onde o EI já é parceiro do Facebook para a Champions.

4. A escalada de preços dos direitos de transmissão torna a manutenção de canais ainda mais difícil, já que falta conteúdo premium para a TV.

5. A fusão entre ESPN e Fox deixaria o EI como terceira força no mercado, reduzindo a chance de lucro para o seu negócio.



Não há mercado para tanto esporte na TV

POR ERICH BETING

CEO da Máquina do Esporte

O fim dos canais lineares do Esporte Interativo pega de surpresa o mercado e deixa aquela sensação apocalíptica que acompanha cada novo corte em empresas de mídia. Mas a realidade é que um país com cinco diferentes donos de 12 canais esportivos não existe. A não ser no Brasil...

Com uma crescente concorrência entre grandes grupos de mídia, era praticamente inviável pensar na sustentabilidade de um projeto como o do Esporte Interativo, com dois canais e pouquíssimos produtos para preencher a grade de programação.

Após a Turner assumir a liderança dos negócios, o leque de opções se abriu, e a solução tomada agora parece colocar a empresa num patamar que pode vir a ser bastante interessante para o seu futuro, apesar do baque sofrido neste instante.

Na segunda-feira, o mercado de jornalismo havia lamentado o encerramento de oito títulos da editora Abril. Em meio às lamentações, muita gente reclama que a empresa ficou parada no tempo, sem reinventar o negócio da revista, o que praticamente obrigou a essa tomada de decisão.

O que a Turner faz agora é antecipar-se aos novos tempos, evitando o mal de muitas empresas de mídia, que é se prender e se perder no passado glorioso.

Para uma empresa que tinha dois canais e apenas uma grande competição de apelo popular, ser uma emissora não faz sentido. Já usar essa competição para fortalecer TNT e Space parece ser uma decisão que garante uma sobrevivência numa TV por assinatura com cada vez menos assinantes.

Em vez de dois canais específicos de esportes, a Turner passa a ofertar ao público dois bons eventos e mais um programa diário com essa temática em canais com vários tipos de conteúdos e um alcance maior de pessoas. Isso garante alto potencial de venda de anúncio para um “pacote futebol” com custos muito mais baixos.

O fato é que não existe mercado para tanto canal de TV com programação só de esporte. Nem os Estados Unidos, com suas ligas e investimentos milionários, sustentam tantos canais. Por que o Brasil deveria ser capaz de manter tantas empresas assim?

Por motivos culturais, sonhamos com um mundo em que as empresas precisam manter suas operações mesmo que não consigam obter resultado financeiro com isso. Ver muita gente ser demitida é péssimo, mas olhando bem, não tem sentido ter dois canais de TV se você não conseguir preenchê-los com conteúdo que seja atrativo tanto para o público quanto para o anunciante. É preciso reduzir a operação e faturar.

Há 12 canais com temática esportiva na TV, de cinco empresas distintas. Nem nos EUA isso consegue sobreviver

Bahia diz que vai romper contrato após fim de canal

POR REDAÇÃO



O anúncio do fechamento do canal Esporte Interativo preocupa os times que acertaram com a emissora para o Campeonato Brasileiro. As equipes têm mostrado incômodo com a exibição de partidas em um canal que não seja esportivo, no caso a TNT e o Space, também pertencentes à Turner.

O Bahia foi o primeiro clube a declarar que romperá com o EI após a decisão de fechamento do canal linear de TV.

“Sobram motivos contratuais para a rescisão. Só a luva de R\$ 60 milhões a mais para o Palmeiras, já é um escândalo. Essa é decisão do Bahia. Vamos partir pra rescindir”, afirmou Guilherme Bellintani, em entrevista ao “Correio da Bahia”.

Na Série A do Campeonato Brasileiro, o Esporte Interativo mantém contrato com Atlético-PR, Bahia, Ceará, Internacional, Palmeiras e Santos. Há ainda times na Série B do torneio, como Coritiba, Fortaleza e Ponte Preta.

Até o momento, apenas o Bahia se posicionou de maneira mais assertiva. O Santos vai analisar a situação para poder tomar uma decisão mais concreta. Outras equipes têm demonstrado preocupação com a extinção do canal da Turner.

A situação com o Esporte Interativo já era delicada antes. Além da questão de pagamento maior ao Palmeiras, os clubes que acertaram com a emissora ficaram com contratos inferiores na Globo, para a transmissão em televisão aberta.

Na fechada, como o canal da Turner terminou as negociações com um número limitado de equipes; ele depende de um acordo com o Sportv para poder ter mais jogos.

CRONOLOGIA

PRINCIPAIS FATOS DA HISTÓRIA DO EI

1999. Fundação da TopSports, agência de marketing esportivo

2001. Copa do Nordeste é criada e organizada pela TopSports

2004. Lançamento da faixa TopSports, dentro da RedeTV!

2007. Criação do canal Esporte Interativo, em parabólicas

2010. Abertura do canal EI em São Paulo, pelo sistema UHF

2012. Compra dos direitos da NFL, Liga dos Campeões e Liga Europa para a TV aberta

2012. Lançamento do EI Plus, baseado no modelo Netflix

2013. Transmissão exclusiva do título mundial feminino de handebol ganho pelo Brasil

2013. Grupo Turner anuncia a compra de 20% das operações do Esporte Interativo

2014. O Esporte Interativo ganha os direitos da Liga dos Campeões para a TV fechada

2015. É lançado em todo o país o Esporte Interativo na TV paga

2015. Em agosto, é anunciada a compra do EI pelo Grupo Turner

2016. Aquisição dos direitos de transmissão do Brasileirão da Série A de 16 clubes a partir de 2019

2018. Renovação do contrato com a Liga dos Campeões

2018. Fim dos canais na TV

Nova fase reforça soberania digital do EI

POR REDAÇÃO



A migração do Esporte Interativo para o meio digital faz nascer, nesse ambiente, o maior canal específico de esporte na mídia brasileira e, ainda, dá nova força ao EI Plus, aplicativo com seis anos de história e que agora não precisará concorrer com a TV paga para buscar maior número de assinantes.

A aposta no meio digital sempre foi uma característica do Esporte Interativo antes de ser comprado pela Turner, em 2015. Até então, a empresa tinha uma agressiva estratégia de vender sua força dentro das redes sociais e a interatividade com o consumidor, por meio do EI Plus, como principais esforços de venda. Agora, a nova fase da empresa consolida esse status digital que sempre marcou o canal.

“A decisão vai fortalecer nossas marcas e possibilitar uma melhor oferta de esportes em plataformas digitais e nossa relação direta com o consumidor de internet, impulsionado pelo engajamento do Esporte Interativo nesses meios. As audiências de esportes estão claramente migrando para essas plataformas, e a Turner está comprometida em liderar esta transformação no nosso mercado”, disse em nota Antonio Barreto, gerente geral da Turner Brasil, justificando o fim dos canais.

Logicamente que, por trás de todo esse movimento, existe a questão de rentabilidade da operação. Ao ser produtor de conteúdo apenas para o meio digital, o Esporte Interativo reduz consideravelmente o tamanho de sua equipe, o que torna a lucratividade de ações nesse ambiente muito maiores do que anteriormente.

Além disso, o EI aposta na parceria com o Facebook. A empresa é quem vai exibir, no seu canal dentro da plataforma, um jogo por semana da Liga dos Campeões da Uefa. Isso deve ampliar mais a base de fãs, hoje em 16 milhões de pessoas.