

ESPORTES

Radicais livres

RedeTV se torna emissora aberta do X Games no Brasil e tenta repetir fenômeno de audiência conquistado com UFC e recompor faturamento publicitário

Por **BÁRBARA SACCHITIELLO** bsacchitiello@grupomm.com.br

Entre os dias 18 e 21 de abril de 2013, as Cataratas do Iguaçu dividirão a atenção do público com skates, bikes e motos. Considerado o principal torneio do gênero no mundo, o X Games retorna ao Brasil em edição ampliada e com maior atenção da mídia.

Em uma nova investida na área esportiva, a RedeTV anunciou a aquisição dos direitos do evento na TV aberta, tornando-se, ao lado da ESPN (que detém os direitos na TV paga) a emissora oficial do X Games no País. “Esse investimento faz parte de toda uma estratégia de readequação da grade da emissora feita desde a saída do programa Pânico, em fevereiro”, conta o superintendente comercial da RedeTV, Paulo Leal.

Como emissora oficial do evento, a RedeTV terá direito de explorar todo o evento, que acontece na cidade de Foz do Iguaçu. De acordo com Leal, a emissora planeja uma cobertura de mais de dez horas de transmissão ao vivo, distribuídas ao longo dos quatro dias do evento.

As edições mais recentes da competição feitas em Los Angeles incluíram outras mo-



Famoso cartão-postal do Paraná já se aquece para a edição brasileira do X Games

dalidades esportivas, como rally e motocross, diversificando, assim, o público-alvo do evento — que, durante muitos anos, era objeto de atenção somente dos amantes de skates. “O evento foi ampliado para

contemplar todos aqueles que gostam de esportes radicais, independentemente da idade”, exemplifica Leal.

Responsável por toda a estrutura do evento na cidade paranaense, Marcelo Do-

ria, diretor da Brunoro Sports, reforça a dimensão da edição brasileira. “Pela primeira vez o X Games sai dos Estados Unidos completo, com todas as modalidades e provas realizadas lá. Serão 19 categorias esportivas, com a participação de atletas de diferentes nações. O Brasil, agora, faz parte do circuito global da competição”, conta Doria.

Além das provas, os participantes do evento contarão com outras atividades: já estão confirmados shows das bandas Charlie Brown Jr. e CPM22 e outras atrações musicais e atividades de moda e estilo. A Brunoro espera receber um público de cem mil pessoas.

A partir desta semana, a RedeTV já começa a apresentar o plano comercial do X Games Brasil ao mercado publicitário. São cinco cotas de patrocínio, com valor de tabela de R\$ 5,6 milhões cada. Os anunciantes ganharão plena exposição em toda a programação relativa ao evento, bem como nas etapas internacionais do X Games, que também são de direito da RedeTV.

Para a emissora que, há um ano e meio, apostou na transmissão do UFC quando essa modalidade ainda era pouco conhecida, as expectativas são altas. “A RedeTV tem em seu DNA esse histórico de apresentar atrações que, posteriormente, caem no gosto no grande público. O X Games, nesse caso, já é um sucesso e queremos ampliar ainda mais seu alcance”, afirma Leal.

Já para a organização do evento, os parceiros de mídia são fundamentais. “A ESPN, a RedeTV e também o portal MSN (*detentor dos direitos de transmissão do X Games na web*) conseguirão dar a visibilidade que um evento dessa grandiosidade merece”, diz Doria.