

# LiveSports entra no mercado brasileiro de streaming esportivo

*Engenharia e produção de conteúdo se juntaram para lançar um projeto inovador no país, em que, segundo os seus criadores, a customização não passa apenas pela tecnologia, mas também pelo know-how na hora de produzir o conteúdo audiovisual oferecido a um público cada vez mais exigente e a sua distribuição*

Por Fernando Moura - São Paulo



João Palomino e Nilson Fujisawa / Foto: Divulgação

Apoiados no avanço do streaming e na expertise, em setembro de 2020 João Palomino, ex-VP de Conteúdo e Produção da ESPN, e Nilson Fujisawa, CTO da Lineup, integradora brasileira com 30 anos no mercado, criaram a LiveSports, uma empresa que, segundo eles, visa a ser uma integradora de soluções para o streaming de vídeo “trazendo um

network que oferece tecnologia e *know-how* de produção de conteúdo, desde a captação, armazenamento, até a sua entrega final nos dispositivos eletrônicos do consumidor. Uma metodologia conhecida também pelo nome *end-to-end*”.



# LIVE SPORTS

Em entrevista à reportagem da Revista da SET, Palomino, experiente jornalista, afirmou que sabem da grande concorrência no mercado brasileiro, mas o diferencial da nova empresa passa por oferecer aos clientes soluções customizadas, não apenas de engenharia, mas também de produção e conteúdo. “Como empresa integradora queremos entregar uma solução diferenciada baseada em experiência e segurança, onde seja possível juntar tecnologia e conteúdo. Conseguimos como integradora adaptar os dois mundos”. Fujisawa reforçou que, desta forma, é possível soluções diferenciadas, já que “com tantas soluções técnicas que existem, podemos ajustar as soluções às necessidades dos clientes”.

Os executivos afirmaram que o mercado está aquecido, mas que existem poucas soluções como as oferecidas pela integradora. “O que percebemos é que necessitamos oferecer soluções adaptáveis às necessidades do cliente e ao que ele pode investir”, explicou Palomino e disse que essas soluções funcionam porque “estamos e estivemos dos dois lados. Temos conhecimento como criadores de conteúdo e como engenheiros de produção, isso nos diferencia”.

## Estúdio próprio

Entre os serviços oferecidos pela inovadora integradora, destaque para um estúdio em São Paulo que “foi desenhado para uma nova fase de conteúdo em vídeo, que foi acelerada pela pandemia”, explicou Nilson Fujisawa, diretor de Tecnologia da LiveSports. É um estúdio compacto de 40m<sup>2</sup> muito bem aproveitados, que dispõe de equipamentos de tecnologia moderna. “O nosso estúdio segue o novo conceito de infraestrutura compacta com equipamentos com tecnologia moderna que resultam em qualidade superior”, comentou o CEO da LineUp. O estúdio conta com ambiente climatizado, iluminação cênica em LED, cenário, quatro câmeras 4K, áudio digital multicanal, microfones **Sony**, **Shure** e **Sennheiser**; ilha de edição com **Adobe Premiere**, conexão de internet com fibra, pacote 300 mega com link de 1 giga, camarim e sala de produção. “Trabalhamos com redundância de conexão de internet, se uma cair, a outra entra automaticamente, garantindo segurança na transmissão”, acrescentou.



Novo estúdio da LiveSports em São Paulo  
Foto: Divulgação

Fujisawa disse à Revista da SET que pensaram em um conceito de estúdio multifuncional. “Nossa intenção é que não seja apenas um estúdio de produção. Pensamos num *Centralcast*, com o controle desde onde possam se realizar diferentes tipos de trabalhos. Temos hoje facilidades e soluções remotas no mercado, nosso diferencial tem de ser de qualidade, por isso o estúdio é mais importante que a funcionalidade, o que nós queremos é ir além de ter transmissão”. O que foi reforçado por Palomino. “Hoje fazer uma transmissão é relativamente fácil, mas quando temos um programa especial o conteúdo fica mais relevante. Nossa intenção é ter uma central de produção de conteúdo.”

“Nas transmissões da LiveSports, a abertura e o encerramento poderão ser comandadas do estúdio, elevando a qualidade e ampliando as possibilidades de conteúdo. A empresa vai transformar a tecnologia em emoção na transmissão de eventos ao vivo com muita segurança e conteúdo premium”, explicou Palomino.

“Juntamos os dois mundos, com os 30 anos do Nilson na LineUp e os meus nas transmissões esportivas. Sabíamos que a junção entre o network e a expertise criariam uma solução completa para entregar um conteúdo diferencial mostrando ao mercado que o cliente vai estar atendido em todos os pontos possíveis e imagináveis”.

A LineUp tinha começado, há alguns anos, um processo de entrega de soluções *turney-key* com financiamento para os seus clientes quando se associou com a mexicana Comtelsat. Este projeto é diferente, disse Fujisawa, porque agora “estamos um passo a frente. Oferecemos projetos de *outsourcing* nos quais oferecemos duas áreas, que é a produção de conteúdo com a oferta de operação e entrega de infraestrutura personalizada, já que a diferença técnica é que trabalhamos muito mais próximo do fabricante que desenvolve tecnologia, e assim podemos oferecer soluções mais adequadas para os usuários finais, que são nossos clientes”.

João Palomino espera na nova empresa fazer a junção da sua experiência na produção com a engenharia para entregar serviços personalizados de streaming esportivo / Foto: Divulgação



Por exemplo, explicou o engenheiro, quando precisamos de “equipamentos eletrônicos com automatização de serviços, nós estamos junto ao cliente e ao fabricante e nos transformamos em uma empresa que exige que sejamos um usuário que presta serviços para os nossos clientes”, o que, desde a ótica de Fujisawa, permite não só diminuir custos operacionais, mas também aumentar a demanda de produção. “Isso porque trabalhamos na nuvem, mas baseados em micros serviços, que se misturam com serviços de infraestrutura próprios, o que nos permite diminuir nosso custo operacional. Claro, precisamos ter equipamentos físicos, e se conseguimos compartilhar essa estrutura com os clientes, otimizamos e minimizamos os custos dos clientes”

### **Liga Paulista de Futsal**

Um dos primeiros acordos de cooperação anunciados pela integradora foi o realizado com a Liga Paulista de Futsal (LPF), no qual a LiveSports assume, a partir de março, a transmissão de todos os jogos da LPF ao vivo,

março, a transmissão de todos os jogos da LPF ao vivo, via TV LPF no YouTube, incluindo os jogos adulto, tanto masculino como feminino, inclusive o Torneio dos Campeões.

As transmissões estão previstas para começarem em março, com os jogos do Campeonato Masculino Adulto e da Copa Feminina da Liga. “Com esta parceria a Liga Paulista de Futsal vai ter transmissão de primeiro mundo, já que a LiveSports vai trazer excelência e um avanço tecnológico muito grande”, afirmou Jefferson Novaes, presidente da LPF.

“A LiveSports surgiu com a atual demanda de mercado, como oportunidade de Federações e Confederações de outros esportes, que não apenas o futebol, possam ter visibilidade e rentabilização com seus produtos. A transmissão de jogos é mais uma vertente de remuneração para as entidades, que também conseguirão mostrar melhor o seu produto e valorizar seus patrocinadores”, disse Palomino.

## Cruzeiro

Os times de futebol e clubes de outras modalidades são, desde o ponto de vista de Palomino, essenciais para os negócios da empresa. “No futebol todos estão se modernizando na governança e tem a consciência de utilizar novas maneiras de negócios e infraestrutura para chegar aos seus torcedores. Nosso objetivo é demonstrar-lhes que temos especialidade e mostrar o que esta acontecendo. Precisamos ser usuário e cliente ao mesmo tempo.”

Nesse ponto, a empresa anunciou uns dias após a conversa com a Revista da SET, que o Cruzeiro Esporte Clube, o time de Belo Horizonte, Minas Gerais, assinou uma parceria com a LiveSports. Palomino explicou à reportagem que a “parceria inovadora fará com que a empresa passe a produzir, em parceria com profissionais das áreas de Comunicação e Digital do Cruzeiro, conteúdos especiais e transmissões, além de acompanhar o dia a dia do time principal em treinos e jogos. Sempre que os contratos permitirem, a LiveSports e o Cruzeiro transmitirão partidas das categorias de base, do time feminino de futebol e outras modalidades, incluindo também eventos institucionais e internos do clube”.

Nós do Cruzeiro ficamos muito felizes com esta parceria. Desde o primeiro encontro, as conversas foram muito produtivas e inspiradoras. Temos certeza de que estamos aliando nossa marca centenária à LiveSports em uma via de mão dupla, pautada pela confiança, credibilidade e profissionalismo. Oferecer entretenimento de qualidade e promover transformação social estão em nossa missão, visão e valores.



João Palomino, Edson Potsch e Nilson Fujisawa no momento da assinatura do convenio / Foto: Divulgação

É um grande passo de inovação para nós do Cruzeiro. Juntos ofereceremos um conteúdo de qualidade para toda a torcida e para o público em geral”, afirmou Edson Potsch, vice-presidente Administrativo & superintendente de Marketing do Cruzeiro Esporte Clube.

O cronograma das transmissões e conteúdo será fechado após a divulgação do calendário da Raposa. “Vamos produzir conteúdo com o Cruzeiro de um modo geral, do acompanhamento do time principal, com web rádio, viagens, entrevistas exclusivas, o time do Cruzeiro falando para o torcedor, futebol feminino e outros esportes. O clube de cem anos tem histórias de sobra para serem contadas. Histórias de heróis, de grandes nomes, de campeonatos, de conquistas e uma nova construção”, destacou Palomino, reforçando que “o esporte mundial vive um novo cenário, que exige conteúdo de qualidade em livestreaming, com estabilidade das transmissões e segurança na bilhetagem, entre outros itens. É preciso instigar os torcedores para que eles desejem assistir às transmissões ao vivo do clube, e isso só se consegue por intermédio de um conteúdo Premium, com qualidade da exibição, da informação e da estética. E a LiveSports nasceu exatamente para transformar tecnologia em emoção”.