

Melo: **Press**
Pub. date: 29/08/2019 **JORNAL DE NEGOCIOS - NEGOCIOS** (Page 8)
Periodicity: Quinzenal **Ambit:** Especializada **Thematic:** Gestão/Economia/Negócios **Copies:** 9687
Theme: GMC Institucional

Viva Superstars quer devolver a magia à televisão

TECNOLOGIA

Viva Superstars quer devolver a magia à televisão

São os responsáveis pelas aplicações móveis do grupo Media Capital para os vários programas e canais. A Sport TV é outro importante cliente. E a Gestifute é um dos seus parceiros.

MARIA ANA BARROSO

Costuma dizer-se que é na crise que surgem as oportunidades e esta é uma máxima que assenta que nem uma luva na empresa que Eduardo Dias, Pedro Centieiro e outros seis fundadores criaram em 2012. A crise não é deles, mas sim dos canais de televisão que, em todo o mundo, perdem audiências a cada dia que passa.

A Viva Superstars tem precisamente nesta difícil realidade a sua principal área de negócio, ainda que não seja a única. Quer isto dizer que as soluções tecnológicas que desenvolvem se destinam a permitir que as estações de televisão recuperem audiências, consigam novos públicos e encontrem

fontes alternativas de receita.

As aplicações móveis que desenharam permitem uma interação à distância entre os espectadores e eventos ao vivo. Exemplo disso são as "apps" desenvolvidas para programas como o "Você na TV", o "Love on Top", o "Secret Story" entre outros.

No mercado televisivo, o surgimento da "box" trouxe aos espectadores a possibilidade de verem os programas quando lhes convém e não quando as estações de televisão os transmitem, como acontecia. Isto significa que, de forma galopante, cada vez menos se vê em direto. Há exceções como é o caso do futebol, de algum evento noticioso extraordinário de última hora, mas pouco mais. Fiel ao direto mantém-se o público de

maisidade, que, naturalmente, irá progressivamente encolher.

Eduardo Dias, que é também CEO da empresa, não vê as coisas de forma tão negra: "Esse declínio, que é global, pode ser invertido porque as pessoas não deixaram de querer conteúdos ou de querer o direto. Só que o direto, forararas exceções, deixou de ser apelativo. Se eu tiver funcionalidades que só posso ter agora e se souber que os meus amigos também estão a ver e interagir, se calhar já vou ver agora". "Queremos muito trazer de volta a emoção do 'live' e o lado de socialização que o digital permite e que não é possível na televisão tradicional", acrescenta.

Pedro Centieiro acrescenta que hoje o espectador é muito mais reativo do que proativo. "Vai ver consoante as notificações que recebe" e vê ao mesmo tempo que consulta o smartphone ou o tablet. Os dois responsáveis não têm dúvidas de que as televisões não estão ainda minimamente adaptadas a estes novos tempos.

Os clientes principais da empresa são os canais de televisão (têm parcerias com a Media Capital e a Sport TV), mas não são os únicos. As aplicações que desenvolvem para smartphone adaptam-se a eventos desportivos, eventos de música e outros. A Viva Superstars desenvolve a tecnologia e os conteúdos são do parceiro e cliente.

Questionados sobre o impacto que este tipo de aplicações tem tido nas audiências e receitas da Media Capital, nomeadamente da TVI, Eduardo Dias diz que só o seu cliente pode responder, mas que é certamente significativo. ■

TOME NOTA

Não dar "passos maiores do que as pernas"

A Viva Superstars estima chegar ao final do ano com cerca de 500 mil euros de faturação. Desde 2015 que têm registado sempre lucros.

APRENDER COM O PASSADO

Eduardo Dias foi um dos fundadores da Ydreams, que fez furor mas acabou "vítima" do seu acelerado crescimento. Apesar de ter saído antes do pico dos problemas, retirou várias lições. O modelo de gestão da Viva é, por isso, conservador "mas garante que as coisas não vão correr mal". "As coisas fazem-se mais devagar. Mas somos mais sólidos e dependemos só de nós."

TUDO COMEÇOU COM O VIVA RONALDO

A "app" Viva Ronaldo foi o grande projeto de lançamento. Promovia uma maior proximidade entre futebolista e fãs numa época em que os smartphones davam os primeiros passos. "Acabou por ser um teste para o que fazemos hoje", diz Pedro Centieiro. E uma mostra para o mercado.

PRONTOS PARA NOVOS MERCADOS

Diz estar preparada para vender o seu produto lá fora, a canais que precisem de dar o passo para o digital. Começarão pelo desporto, com o apoio da Polaris (Gestifute, de Jorge Mendes), sua parceira. Não excluem, à partida, qualquer mercado.

REINVESTIR OS LUCROS

Há de chegar o dia em que vão começar a remunerar o capital. Mas, para já, não. "Há salários e pode haver prémios. E queremos criar um plano de 'stock options' para alguns colaboradores que já cá estão há muito tempo", diz Eduardo Dias.



Marilene Alves

Eduardo Dias e Pedro Centieiro comandam a Viva Superstars.