

## &#233; possivel recuperar dinheiro perdido em

&lt;p&gt;programa&#231;&#227;o do esporte interativo br&#244;nquios.&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;No in&#237;cio, a m&#237;dia tentou explicar que o evento seria uma for  
ma de celebrar a passagem &#128170; de tempo entre as partidas, mas as inscri&#  
231;&#245;es de 2012, quando a partida estava completa, foram apenas com resulta  
dos dados &#128170; dos ingressos vendidos na casa.&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;A partir da&#237;, v&#225;rios sites se sucederam na tentativa de desco  
brir as inscri&#231;&#245;es em DVD e &#128170; Facebook.&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;O objetivo era lan&#231;ar mais um produto de entretenimento, atrav&#23  
3;s da transmiss&#227;o de videocliques, eventos especiais, eventos corporativos,  
e a &#128170; aquisi&#231;&#227;o de um est&#225;dio de futebol para realizar  
eventos desportivos.&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;Com a competi&#231;&#227;o de v&#237;deo aberta no&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;esporte, a m&#237;dia come&#231;ou a &#128170; lan&#231;ar v&#225;rias  
iniciativas baseadas em a&#231;&#245;es como por exemplo em uma parceria com o  
fundo de investimentos privado, em que &#128170; o fundo de investimentos levan  
tou dinheiro, assim como na aquisi&#231;&#227;o de um est&#225;dio.&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;Em 2016, a m&#237;dia lan&#231;ou a&#231;&#245;es sociais que &#128170;  
impactaram a sociedade e as empresas que promovem o esporte, al&#233;m de patr  
ocina a campanha &quot;In the Zone&quot;.&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;Os primeiros resultados &#128170; foram divulgados em outubro do mesmo  
ano, quando o primeiro p&#250;blico foi relatado em 24 de dezembro no &quot;Twi  
tter&quot; e &#128170; que mais tarde se tornou viral.&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;A m&#237;dia tamb&#233;m teve como objetivo desenvolver&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;estrat&#233;gias para aumentar a oferta de eventos esportivos ap&#243;s  
&#128170; a realiza&#231;&#227;o das principais competi&#231;&#245;es do espor  
te em todo o mundo, e de forma a refor&#231;ar programas esportivos internaciona  
lmente que &#128170; envolvem esportes ol&#237;mpicos como futebol, basquete, v  
oleibol, futsal e polo aqu&#225;tico.&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;A m&#237;dia come&#231;ou em 2015 a lan&#231;ar a plataforma de &#12817  
0; eventos sociais &quot;No Trend&quot; que oferece as apresenta&#231;&#245;es  
do esporte para os f&#227;s.&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;Na d&#233;cada seguinte, a m&#237;dia expandiu em atividades &#128170;  
como o uso da internet como uma ferramenta de marketing que busca inserir seus  
produtos em cada venda.&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;Na d&#233;cada de &#128170; 2010, a m&#237;dia lan&#231;ou o canal &qu  
ot;Business Insider&quot;,&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;que faz a parceria entre as plataformas de m&#237;dia sociais e a aquis  
i&#231;&#227;o &#128170; de um est&#225;dio de futebol para realizar eventos de  
sportivos, junto com outros parceiros de m&#237;dia.&lt;/p&gt;  
&lt;p&gt;Alguns dos parceiros dessas plataformas, incluindo &#128170; o &quot;U  
OL Media&quot;, &quot;Digital Sports & Technology&quot; e &quot;Irish Footba