

TV A CABO

Oi para todos



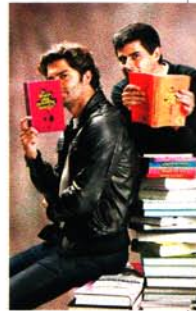
Os planos da Oi de conquistar o mercado das telecomunicações no País toma forma cada vez mais concreta. No Rio de Janeiro, a Oi TV já é uma realidade e foi lançada para concorrer com a NET. Um pacote com 26 canais pode ser adquirido por R\$ 29,90 durante o período promocional. O objetivo da companhia é entrar na pesada briga com a NET pela distribuição de canais por assinatura. E, como ainda não pode fornecer todos os canais (Globosat é exclusividade da NET), a estratégia de preços mais enxutos foi a escolhida. Mas, ao que parece, os planos da companhia vão muito além da tevê a cabo. No mercado, especula-se que a Oi terá uma plataforma convergente de vídeo e internet pilotada pelo IG. Mantido em sigilo, o novo projeto deverá aliar tevê digital à tecnologia de internet IPTV, e está sendo estruturado por Caio Túlio Costa, ex-presidente do portal IG. Ainda não há previsão do lançamento da Oi TV em São Paulo. Mas, no caso do IG, diversos nomes do mercado de comunicação já foram contratados pelo portal. A Oi não quis comentar o assunto.



AÇÃO

Curiosos pela Gafisa

A construtora Gafisa lançará um livro de curiosidades apenas sobre sua marca, escrito pelo jornalista



Marcelo Duarte (autor da série *Guia dos Curiosos*). Quem assina o projeto é a Giovanni+Draftfcb, com criação de **Ricardo John**.

OUT OF HOME

Tevê no ônibus

Pioneiros em mídia para transporte público no País, a Bus TV, de Fábio Simões, já veicula conteúdo em mais de mil ônibus e acaba de fechar uma parceria com o Grupo LANCE! para exibir conteúdo esportivo em 180 ônibus que circulam na Baixada Fluminense. Serão programas de 2'30" exibidos diariamente, a cada hora.

TENDÊNCIA

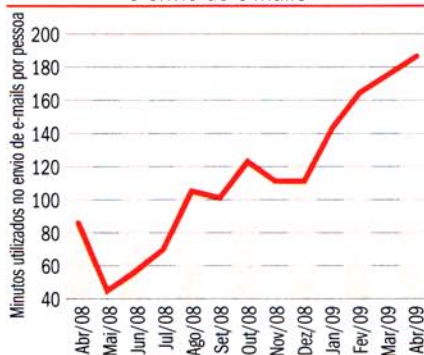
O segredo é o look

Algumas empresas estão usando redes sociais de forma diferente. A rede byMK é especializada em montar looks de vestuário. O usuário se cadastra, tem acesso a milhares de peças de roupa de diversas marcas e monta as combinações que desejar. A grife de joias H.Stern gostou da ideia e adotará o sistema de looks para seu site www.adorojoias.com.



VIDA LONGA AO E-MAIL

Avanço das mídias sociais estimula o envio de e-mails



ONLINE

Chegou mensagem

Se o mercado apostava que as redes sociais acabariam com o futuro dos e-mails, se enganou. Usuários de redes enviam e recebem mais e-mails, segundo uma pesquisa divulgada pela consultoria Nielsen. Em abril deste ano, um usuário de rede social gastava em média 183 minutos por mês se comunicando por e-mail. Em 2008, eram 83 minutos.

BATE-PAPO

Rômulo Pinheiro, vp de branding da Africa

Por que criar uma área de branding na agência?
O Nizan (Guanaes) quis resgatar a proposta original da Africa, que é ser uma agência disposta a construir uma marca para o cliente e não apenas comunicação.

Não haverá colisão com as outras áreas?

Não. O objetivo é que a área aja como consultoria e atue na transversal, interagindo com todas as agências.

Como foi a experiência com a Redecard?

Foi nosso primeiro trabalho. Pegamos uma marca que não se expunha no mercado e começamos do zero, mostrando ao consumidor que ela é o nome por trás das maquininhas de cartões.

MERCADO

Time à venda?

Gordon Crawford, diretor de um dos maiores acionistas do grupo Time Warner, afirmou que a real intenção da companhia é manter apenas sua área de tevê a cabo e vender todas as suas revistas (*Time*, *People*, *Fortune*, entre outras). O comentário foi feito durante uma palestra para estudantes, mas a Time Warner não confirma as informações.

