



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL  
COM ÊNFASE EM JORNALISMO**

**LAÍS SOUZA GOMES DE SANTANA**

**MÍDIAS DIGITAIS EM ESPAÇOS PÚBLICOS:  
DOOH – DIGITAL OUT OF HOME**

Salvador  
2009

**LAÍS SOUZA GOMES DE SANTANA**

**MÍDIAS DIGITAIS EM ESPAÇOS PÚBLICOS:  
DOOH – DIGITAL OUT OF HOME**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Orientação: Prof<sup>o</sup>. Dr. Claudio Guimarães Cardoso

Salvador  
2009

**A  
Deus  
meus pais  
e todos os que colaboraram comigo para este trabalho**

## RESUMO

A Mídia Digital *Out of Home* (DOOH) é o termo que destaca as telas - de LCD, LED ou plasma - em pontos de venda e/ou lugares de espera forçada. O objetivo deste trabalho é apresentar essa nova mídia e sua participação no mercado. Por ser, essencialmente, uma pesquisa exploratória, e também pela ausência de uma vasta bibliografia acadêmica, foram necessárias idas a campo para a realização de entrevistas e também para participação em seminários de temas afins ao assunto.

**Palavras-chave:** Comunicação, Mídia Digital, Digital Out of Home, Marketing Digital.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico	1	Pirâmide etária do Brasil.....	20
Figura	2	Página inicial do Site Digital Signage Brasil.....	28
Figura	3	Importância da comunicação no PDV.....	30
Figura	4	Slides de Apresentação Elemídia.....	31
Figura	5	Centro de Gerenciamento da Elemídia.....	34
Figura	6	Alexandre Saderi, sócio da Volt Mídia, interagindo com um de seus equipamentos.....	36

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Pessoas atingidas em 7 dias que trabalham em empresas.....	37
Tabela 2	Investimentos em mídia.....	38

# SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>MÍDIA .....</b>	<b>11</b>
<b>3.1</b>	<b>PANORAMA GERAL .....</b>	<b>13</b>
3.2	A INTERNET, O MARKETING E A PUBLICIDADE .....	14
3.3	CONSUMIDOR-CLIENTE-USUÁRIO .....	19
<b>4</b>	<b>DIGITAL OUT OF HOME - DOOH .....</b>	<b>23</b>
4.1	DEFINIÇÃO .....	23
4.2	O OUT OF HOME: EXTERNA X INDOOR.....	23
4.3	QUESTÕES DE NOMENCLATURAS .....	26
4.4	O CONCEITO E CARACTERÍSTICAS DE DOOH .....	28
4.5	SEGMENTADA? .....	32
4.6	POTENCIALIDADES E POSSIBILIDADES .....	33
4.7	MUDANÇAS NO MERCADO: PÚBLICO, PUBLICITÁRIOS E A LEI CIDADE LIMPA.....	36
4.8	O CONTEÚDO .....	39
	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>42</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>44</b>
	<b>ANEXO A.....</b>	<b>52</b>
	<b>ANEXO B.....</b>	<b>53</b>
	<b>ANEXO C.....</b>	<b>54</b>
	<b>ANEXO D.....</b>	<b>55</b>
	<b>ANEXO E.....</b>	<b>56</b>
	<b>ANEXO F.....</b>	<b>57</b>