



# Media Kit

Versão 2.0- Novembro - 2010

## conteúdo

O Blog .....	2
A Temática .....	2
A Periodicidade .....	2
O Autor .....	2
Visitas.....	3
Perfil do Leitor .....	4
Social .....	12
Twitter .....	12
Facebook.....	12
Contraditorium iPad Edition.....	13
Serviços Disponíveis.....	17
Ferramentas de Auditoria e AdPublishing.....	18
Dados para contato:.....	18

[link para este arquivo: http://bit.ly/midiacc](http://bit.ly/midiacc)

# CONTRADITORIUM

media kit – novembro – 2010

## O Blog

Lançado oficialmente em 21/5/2005, o Contraditorium inicialmente tinha como proposta comentar e discutir a experiência da criação de um blog profissional. Um exercício de metalinguagem que deu muito mais certo do que se poderia imaginar.

De seu foco original o Contraditorium se tornou um blog de opinião, discutindo assuntos variados, de comportamento a política internacional, cobertura de eventos e crítica de ações de marketing e da imprensa.

O Contraditorium hoje é um dos blogs mais respeitados e referenciados na blogosfera brasileira, tendo sido alvo de reportagens na TVE, Estadão, Folha de São Paulo, Extra, Revista Info, A Tribuna, CBN, entre outros..

Reconhecido como o primeiro blog brasileiro criado com o intuito de ser um veículo profissional e fonte de renda primária de seu autor, o Contraditorium tem sido bem-sucedido nessa proposta, sempre aparecendo bem posicionado nos rankings nacionais e internacionais, e escolhido um dos dez blogs brasileiros mais populares pelo IDG Now!, em 2006 e 2007.

## A Temática

O Contraditorium não distribui ou apóia pirataria de mídia. Não publica torrents, links de download de conteúdo ilegal, material pornográfico, nudez ou conteúdo escatológico. O conteúdo respeita as regras do Google AdSense, que são bem rígidas quanto ao tipo de material veiculado.

## A Periodicidade

Tento manter uma média ideal de um texto novo por dia, mas dada a qualidade dos textos mais seu tamanho, acima do padrão da maioria dos blogs, e a repercussão conseguida em termos de links e citações, alguns dias sem material novo são mais que compensados pela não-efemeridade dos textos.

## O Autor

Carlos Cardoso é carioca, nascido em 1969. Ex-publicitário, autor de 11 livros na área de informática, ex-colunista da Developer's Magazine e Analista de Sistemas, tendo trabalhado em empresas como a Hands, desenvolvendo aplicações para dispositivos mobile, e na Cultura Inglesa, onde cuidou por 5 anos da área de eLearning.

Decidiu abandonar o mercado de TI no começo de 2005, passando a se dedicar exclusivamente aos blogs. Hoje divide seu tempo entre o [carloscardoso.com](http://carloscardoso.com), o

# CONTRADITORIUM

media kit – novembro – 2010

contraditorium.com e o meibit.com, maior blog de tecnologia em língua portuguesa, onde é Vice-Presidente de Conteúdo.

## Visitas



Com uma media de **115.000** Unique Visitors por mês e mais de **12.400** assinantes no feed RSS o Contraditorium agrega um dos públicos mais qualificados da Internet, pois essa media de mais de **4.000** unique visitors diários está lendo textos longos e complexos, ao invés de piadas curtas ou vídeos do YouTube.. Isso os torna mais atraentes para campanhas que procurem um fator multiplicador e um consumidor exigente.

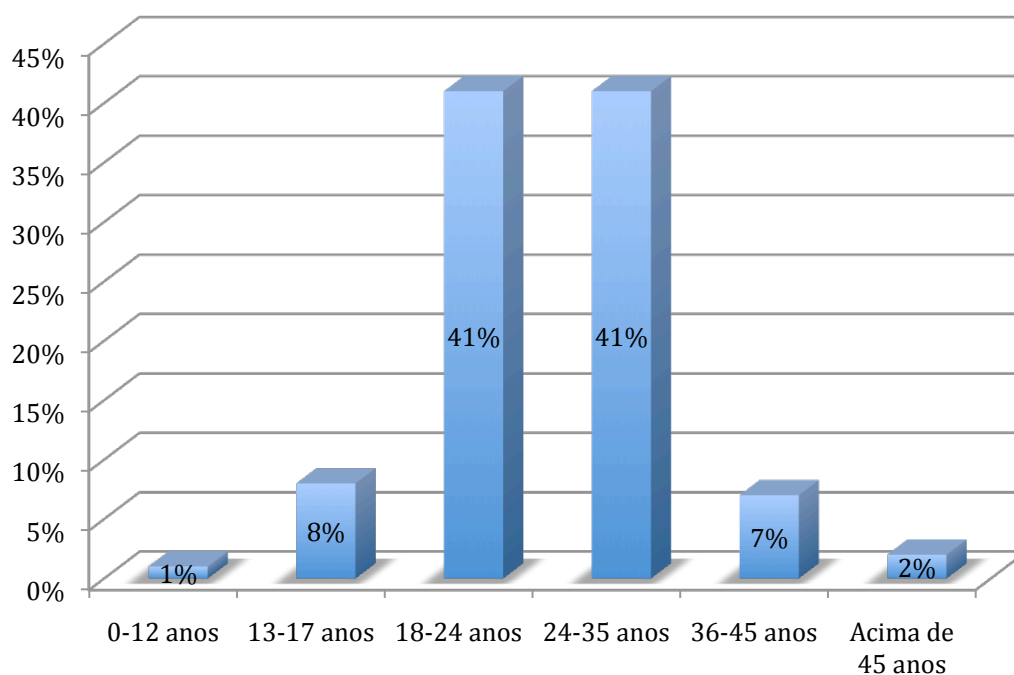
# CONTRADITORIUM

media kit – novembro – 2010

## Perfil do Leitor

Foi realizada uma pesquisa que contou com a participação de 1200 leitores, fornecendo dados que permitiram determinar de forma detalhada quem lê o Contraditorium. Abaixo os resultados:

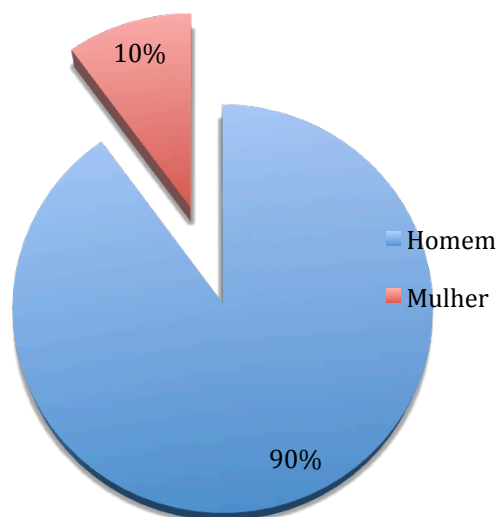
### Faixa Etária



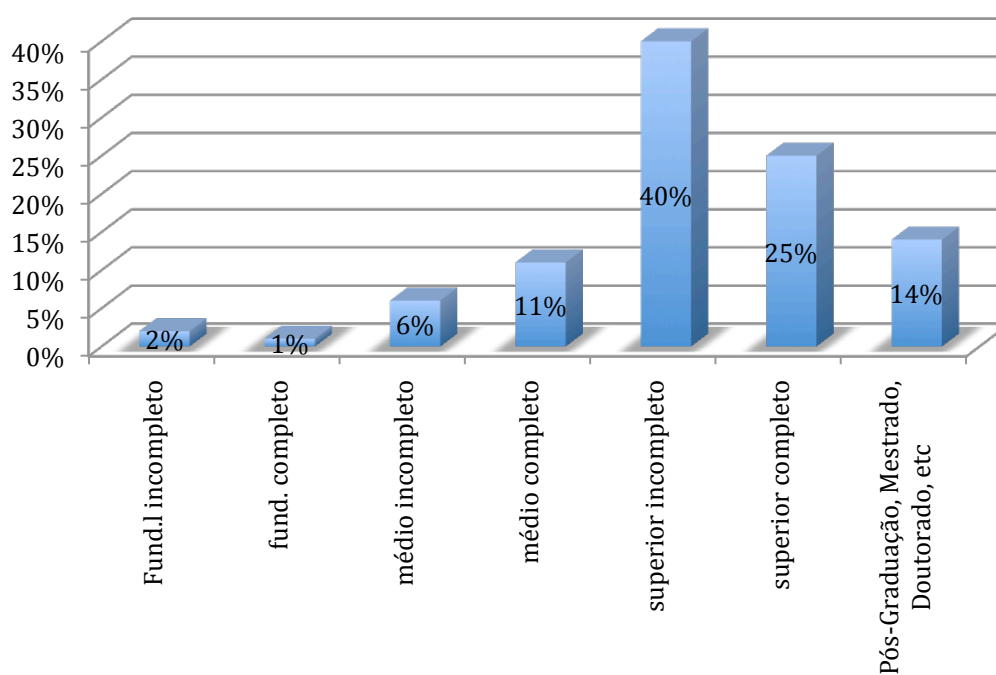
# CONTRADITORIUM

media kit – novembro – 2010

## Gênero



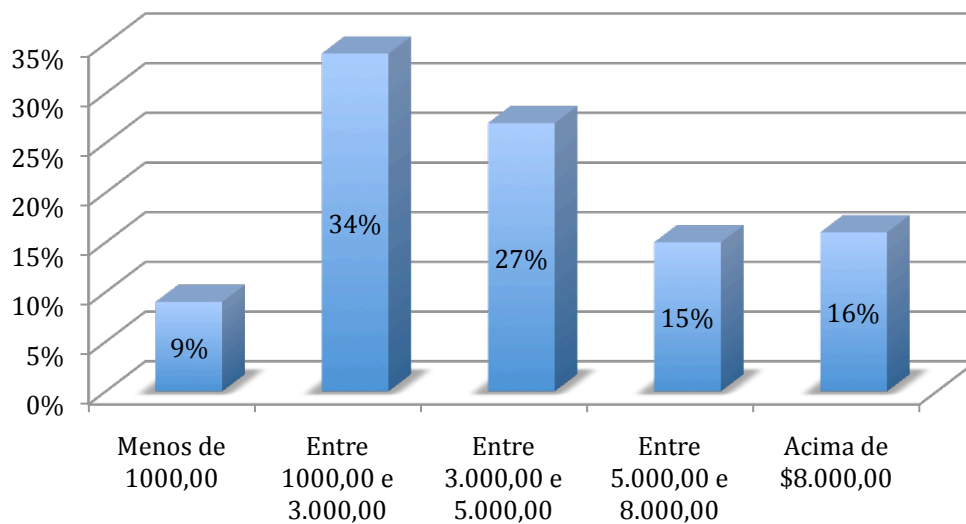
## Escolaridade



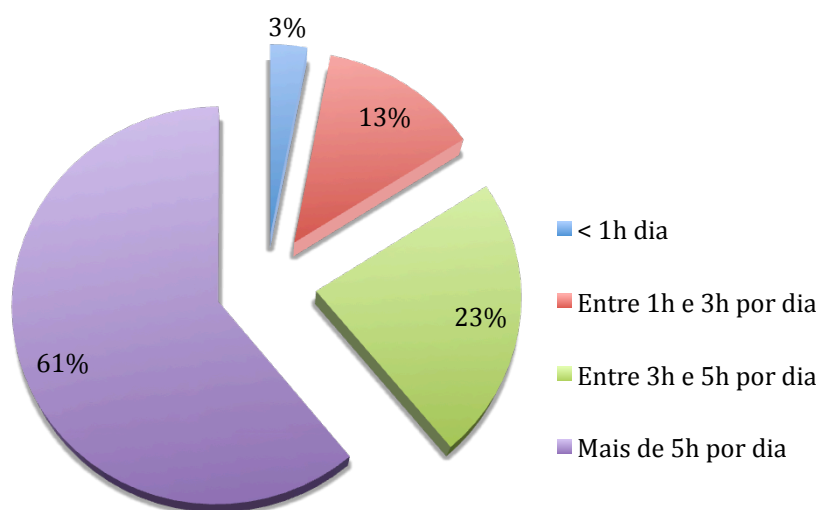
# CONTRADITORIUM

media kit – novembro – 2010

## Renda Familiar



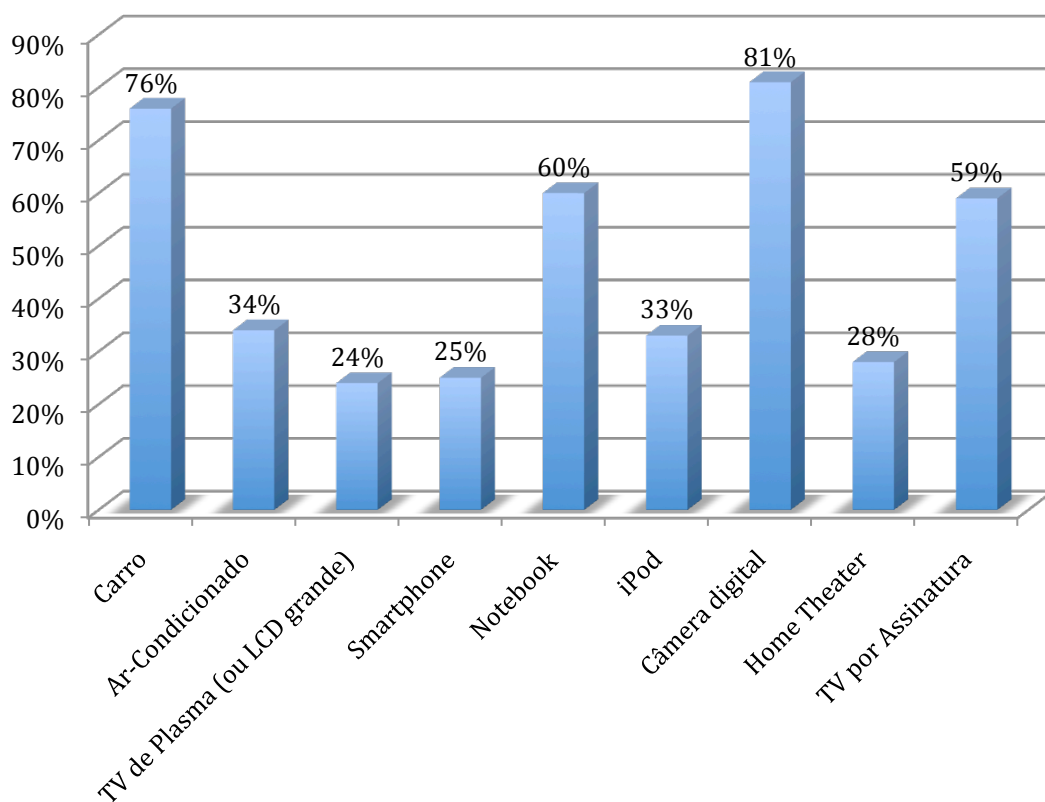
## Tempo que passa online



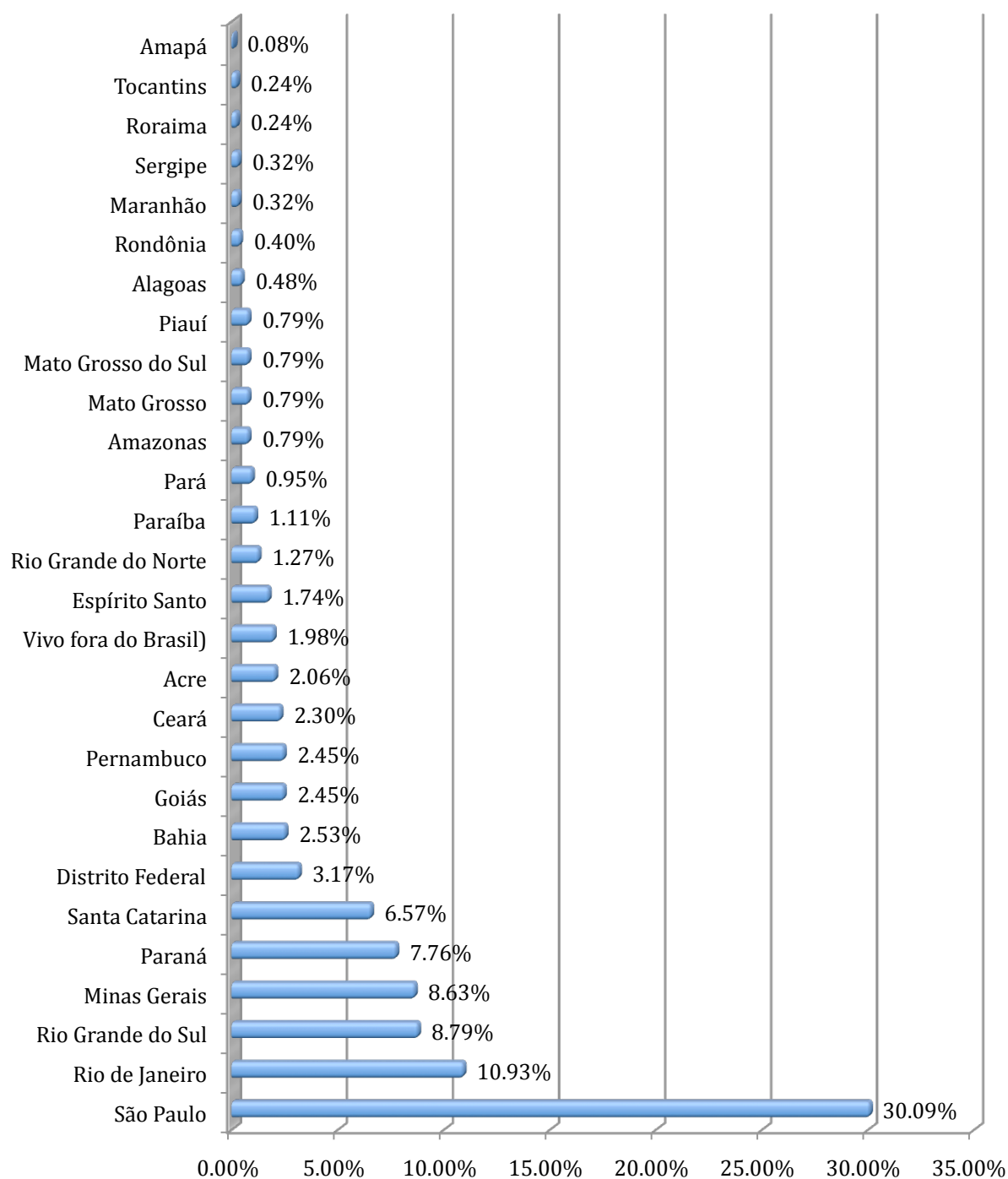
# CONTRADITORIUM

media kit – novembro – 2010

## Bens de Consumo

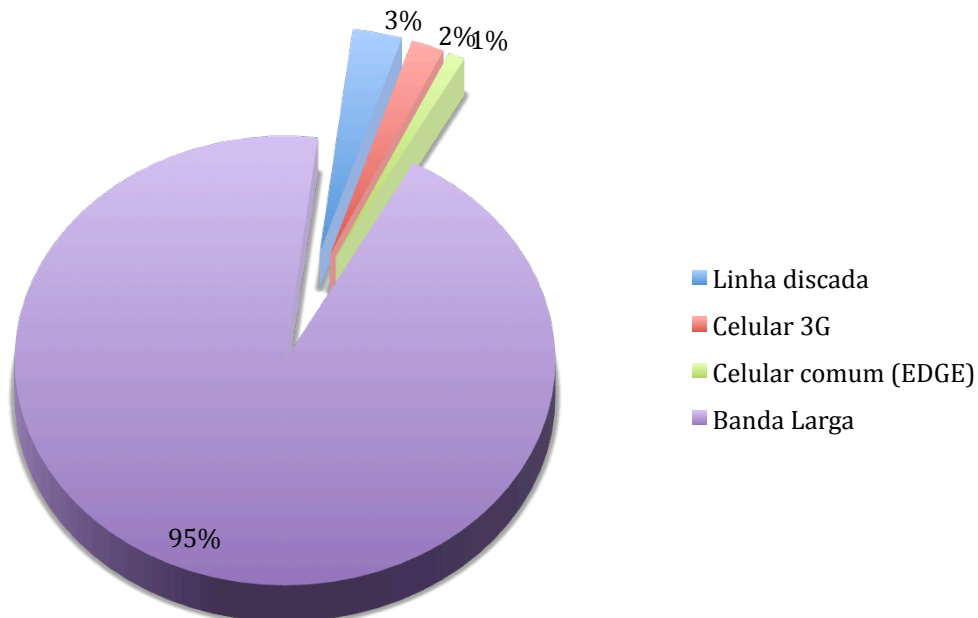


## Distribuição Geográfica

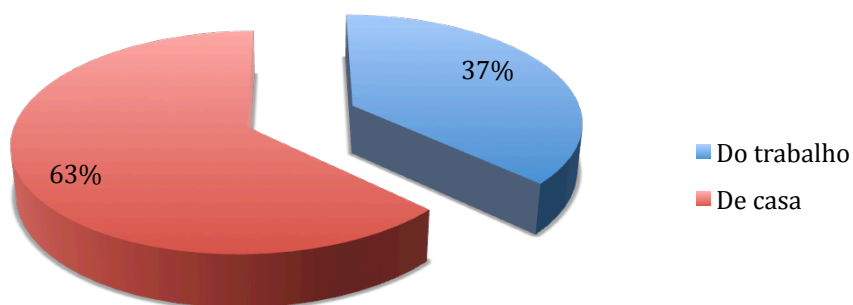




## Velocidade de Acesso



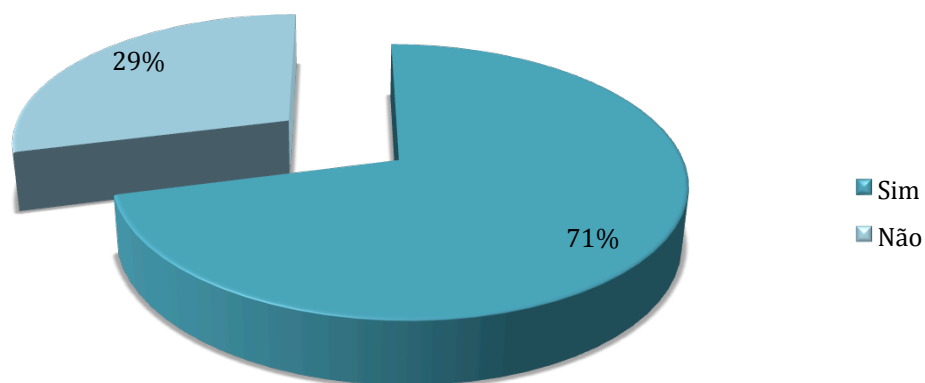
## Local de Acesso



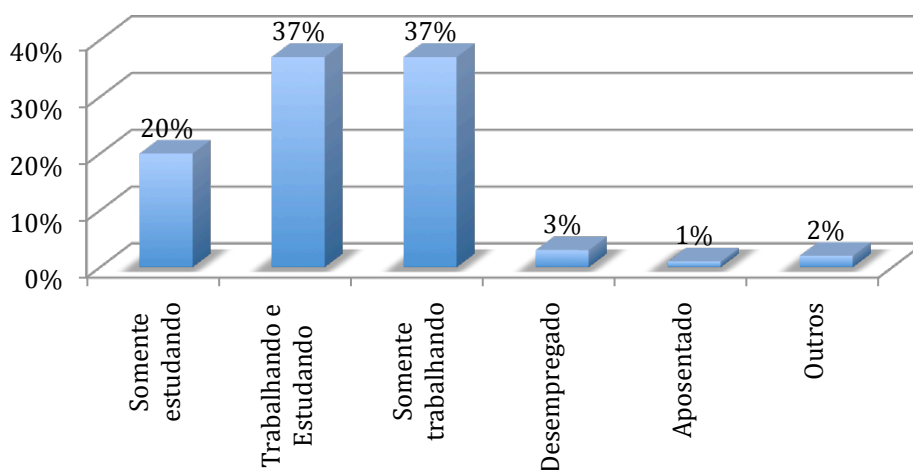
# CONTRADITORIUM

media kit – novembro – 2010

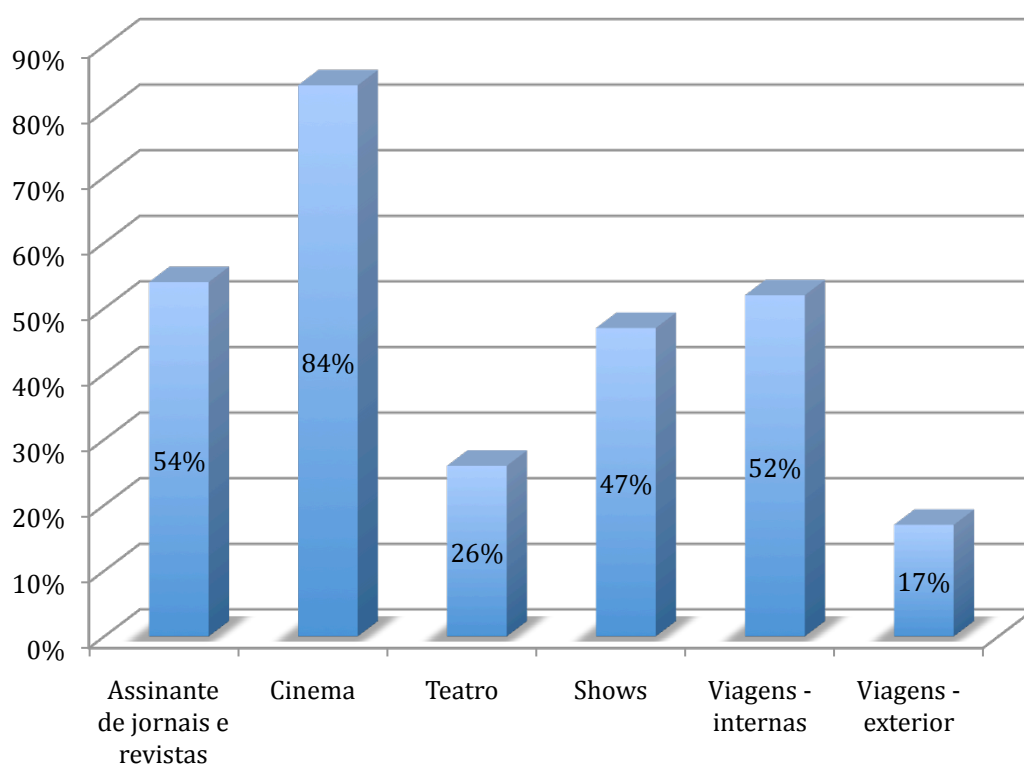
## Acompanham Blogs via RSS



## Situação Trabalhista



## Atividades Culturais



# CONTRADITORIUM

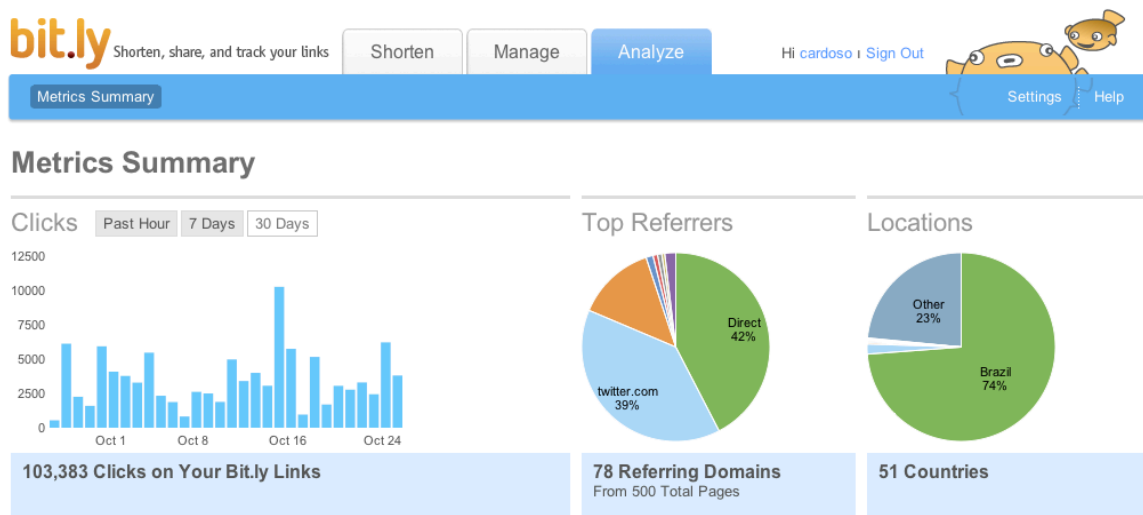
media kit – novembro – 2010

## Social

### Twitter

Todo publiteditorial no Contraditorium é promovido no Twitter, através de minha conta **@cardoso** com mais de **25.000** seguidores reais. Segundo o twittergrader estou na posição **2303** de 7,980,259 perfis rankeados.

Tenho a insígnia de mais de 500 mil cliques do Migre.me e o bit.ly me reporta com uma conversão na faixa de 100 mil cliques / mês:



Meu perfil no Twitter também está disponível para Ações de publicidade direta, independente do blog. Valores a combinar.

### Facebook

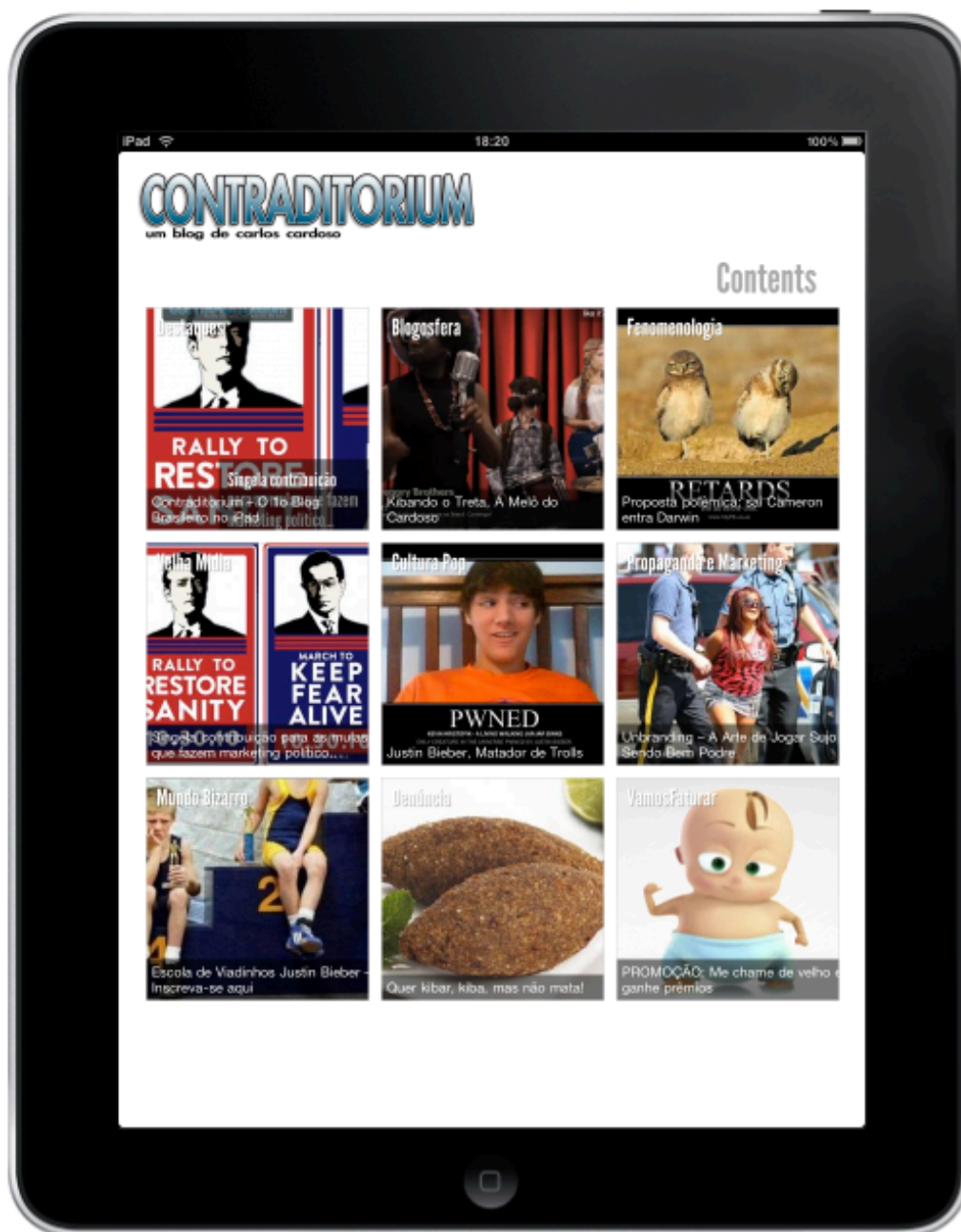
Minha conta, <http://www.facebook.com/nuncaehlupus> conta com 892 contatos, também disponível, se desejado.

# CONTRADITORIUM

media kit – novembro – 2010

## Contraditorium iPad Edition

No final de Outubro lancei a edição do Contraditorium, uma versão formatada exclusivamente para o iPad. Exibindo o conteúdo do site em um formato Premium, fugindo da tradicional vala-comum dos leitores de feeds RSS.



contato: [cardoso@pobox.com](mailto:cardoso@pobox.com) / skype: casc1701

# CONTRADITORIUM

media kit – novembro – 2010

Esta edição apresenta diversas possibilidades de veiculação de material publicitário para um público altamente selecionado. É possível inserir mídia exclusiva tanto na tela de carregamento quanto na tela principal de índice de cada categoria. Nos índices é possível inclusive conteúdo clicável:



A edição para iPad do Contraditorium é totalmente touch e reconhece recursos do iPad como acelerômetro, reformatando-se on the fly caso o leitor mude a orientação do dispositivo.

Para acessá-la basta visitar do Safari de seu iPad [www.contraditorium.com](http://www.contraditorium.com). Preços do espaço sob consulta.



# CONTRADITORIUM

media kit – novembro – 2010

## Formatos e Custos

Abaixo a disposição dos espaços publicitários disponíveis no Contraditorium:

**Contraditorium**

Web [www.contraditorium.com](http://www.contraditorium.com)

[Anúncios Google](#) [Aluguel](#) [Caminhão Usado](#) [Caminhão Guindaste](#) [Passeios SP](#) [Carro De Bebe](#)

**728 x 90**

### Marketeiros de Guerrilha, conheçam seu avô



O pessoal que faz viralzinho (já falei que adoro o slogan da *Esplanet*?) costuma entrar numa trip de que estão revolucionando o mundo da propaganda, mas muitas vezes escorregam naquilo que falei no post passado (acho): os clientes querem "viral no Twitter" porque leram na Época que o Twitter é a onda do momento, querem "ação no YouTube", mas não se interessam pela idéia.

Ao invés de boas idéias, vendem modernidade, mas uma modernidade vazia, sem conteúdo. E nós consumidores queremos conteúdo, pertinência, boas idéias. A modernidade que se dane. Na maior parte das vezes ela não existe. Vejam por exemplo as ações que William Castle fazia para promover seus filmes, nos anos 50/60:

William Castle era um produtor de filmes B de terror, especializado em lotar as platéias. Seus filmes não tinham nada demais, exceto que suas "ações de guerrilha" atingiam em cheio o público. Exemplos:

Em *Macabre*, de 1958, cada membro da platéia recebia uma apólice de seguro da Lloyd's de Londres, no valor de US\$1.000, uns US\$7.000 corrigido pela inflação. A apólice seria paga caso o sujeito morresse de susto, durante a exibição do filme.



Macabre - aviso do seguro de vida

Para aumentar o clima, os bilheteiros e assistentes do cinema vestiam roupas de médicos e enfermeiras, e uma ambulância ficava na porta do cinema.

Em *The Tingler*, 1959, ele instalava vibradores (no bom sentido) no assento de alguns lugares da platéia, no auge do filme um cartaz pedia para as pessoas gritarem pois o monstro estava solto no cinema. Os vibradores eram acionados, as pessoas gritavam de verdade, era uma farrá.

Em outro filme William Castle contratava atores para se misturar na platéia, e nas cenas assustadoras levantar gritando e sair correndo do cinema.

Em *Homicidal*, de 1961, a 45s do climax do filme um relógio aparecia na tela, quem estivesse com muito medo poderia sair e pedir o dinheiro de volta. Quando 1% dos espectadores saiu, Castle mudou a tática:

Havia uma passagem especial, com iluminação amarela, levando até o Canto dos Covardes, onde uma enfermeira oferecia para medir a pressão do sujeito. Uma gravação chamava o cara de covarde, e na bilheteria ele assinava uma declaração de "covarde certificado". As devoluções caíram a zero.

Em *Sardonicus*, de 1961, a platéia recebia cartões fosforescentes com polegares, onde votariam no final do filme, se o vilão seria punido ou não, "aparentemente" nunca escolhiam salvar o vilão, então o final alternativo jamais foi mostrado.

Isso mesmo. "Você Decide", e igualmente maceteado.

O grande Chacrinha já dizia: Na televisão nada se cria, tudo se copia. Já eu digo que os que se esquecerem da História estão condenados a repeti-la e se achar geniais por isso.

Dica: *Spine Tingler: The William Castle Story*, um documentário de 2007 contando a história desse grande marketeiro que só queria promover seus filmes:

**Quem?**



Para saber mais sobre o autor deste blog, visite [este link](#). Para enviar uma mensagem, clique [aqui](#).

125	125
X	X
125	125

125	125
X	X
125	125

**Feeds RSS**

- RSS para os artigos
- RSS para comentários

**250x250**

**Leia Também**

- Como a Dell gastou R\$159,00 para perder R\$1500,00
- Aprenda o que é Seeding, oátrio!
- Resenha: Blogging Heroes
- Pedra, Papel, Tesoura, Lagarto e Spook
- Blogueiro de Aluguel? Chupa BlueBus, ou sou é vendido!
- Celebridades da Intel? FAIL!
- Daniel Hauser – Um exemplo de Fé a ser seguido
- Velha Mídia, Novo Alvo
- Jesus não tem cabelo no país dos carecas
- Inveja pouca é bobagem
- Pra quem tinha dívidas da Orkutização do Twitter
- Como criar um blog de sucesso: Não siga o Claudio Torres
- Resenha: Anjos e Demônios
- Baile Bom
- Propriedade Intelectual Rouba mas Faz

**Sobre o Post**

Este post foi escrito em 14/05/2009 às 4:47 pm

Está arquivado na(s) categoria(s) [Blogosfera](#), [Web2.0](#).

Você pode acompanhar os comentários via [RSS 2.0](#).

Você pode [fazer um comentário](#), ou [trackback](#) de seu próprio blog.

[View blog reactions](#)

**468 x 60**

Copyright © Contraditorium Política de Privacidade - Powered by WordPressProSense theme created by Dosh Dosh and The Wrong Advice.



media kit – novembro – 2010

## NO BLOG

### 1 – Banner Premium

<b>Formato:</b>	728 x 90 pixels
<b>Mídia:</b>	JPG, GIF, PNG, FLASH
<b>Disponibilidade:</b>	Todas as páginas do blog
<b>CPM:</b>	R\$20,00

### 2 – Banner Médio

<b>Formato:</b>	250 x 250 pixels
<b>Mídia:</b>	JPG, GIF, PNG
<b>Disponibilidade:</b>	Sidebar de todas as páginas do blog
<b>CPM:</b>	R\$16,00

### 3 – Botão Destaque

<b>Formato:</b>	125 x 125 pixels
<b>Mídia:</b>	JPG, GIF, PNG
<b>Disponibilidade:</b>	Sidebar, acima da dobra, abaixo do About
<b>CPM:</b>	R\$11,00

### 4 – Banner Comentários

<b>Formato:</b>	468 x 60 pixels
<b>Mídia:</b>	JPG, GIF, PNG
<b>Disponibilidade:</b>	Todas as páginas do blog exceto a index, ao final da matéria, logo acima dos comentários.
<b>CPM:</b>	R\$10,00

## PEÇAS EM FEEDS RSS

### 1 – Banner Médio - RSS

<b>Formato:</b>	250 x 250 pixels
<b>Mídia:</b>	JPG, GIF, PNG
<b>Disponibilidade:</b>	Veiculado no Feed RSS do blog, no 1º post, acima do título
<b>CPM:</b>	R\$45,00

### 2 – Banner Destaque RSS

<b>Formato:</b>	468 x 60 pixels
<b>Mídia:</b>	JPG, GIF, PNG
<b>Disponibilidade:</b>	Veiculado no Feed RSS do blog, no 1º post, após o conteúdo
<b>CPM:</b>	R\$25,00





media kit – novembro – 2010

## Serviços Disponíveis

Além da veiculação de banners seguindo a tabela de CPM/Formatos acima, oferecemos as seguintes modalidades de ações publicitárias:

### 1 - cobertura de eventos

Lançamento de livros, pré-estréia de filmes, coquetéis, festas e jantares de confraternização, demonstração de produtos e serviços, com garantia de pelo menos um (1) post sobre o assunto, incluindo set de fotos no Flickr e –se pertinente- vídeos no Videolog/YouTube. Solicitamos cobertura das despesas de transporte e hospedagem. Eventos fora do eixo Rio-SP serão acrescidos de uma diária, a combinar. Nota: Caso seja solicitada a utilização da expressão “blog oficial”, “cobertura oficial” ou similar, será cobrado um fixo de R\$1000,00.

### 2 - resenha de produtos – sem custo –

Dou preferência a produtos de lifestyle, DVDs, gadgets e entretenimento, mas consultas podem ser feitas a qualquer momento. Produtos de tecnologia podem ser resenhados tanto no Contraditorium.com quanto no MeioBit.com, igualmente sem custo. Em caso de produtos onde é solicitada a devolução e o peso excede 1Kg o cliente arcará com os custos de transporte. Não fazemos resenhas de produtos do ramo automobilístico por pura falta de familiaridade com a área. Em caso de resenhas com muitos pontos negativos é oferecida ao cliente a oportunidade de responder às críticas antes da publicação da mesma.

### 3 - Patrocínio Direto – R\$200,00 por inserção

modalidade diferente do Publieditorial, é um artigo especial no Contraditorium.com, nunca com menos de 3000 caracteres, com um layout diferenciado e um banner “Um oferecimento de”. O texto do artigo não tem nenhuma relação com o cliente, retomando-se o conceito do patrocínio clássico.

### 4 - Publieditorial – R\$650,00 sem redação, R\$750 com criação

Veiculação de conteúdo do cliente em espaço de um post, incluindo feed RSS, com duração indeterminada. Caso o texto venha pronto e seja solicitado um input por parte do blogueiro, o valor de R\$650,00 se mantém. Se o trabalho de redação integral for necessário, trabalhamos com o valor-base de R\$750,00.

# CONTRADITORIUM

media kit – novembro – 2010

## **5 - Guarda-roupa – R\$500 por Peça/evento**

Participação em eventos como Blogcamps, Barcamps, Intercoms, Seminários, Campus Party e similares. Consiste na utilização por parte do blogueiro de vestimenta ou acessório com logomarca do cliente ou mensagem publicitária durante o decorrer do evento. São aceitas camisetas, mochilas, pastas de notebook, camisas pólo ou bonés, caso o grau de informalidade do evento comporte. É solicitada uma peça (no caso de vestuário) por dia de evento.

## **6 – Concursos e Sorteios de brindes –sem custo-**

Aceito brindes e produtos para sorteio entre os leitores, com direito a link para o site desejado pelo cliente e texto agradecendo a doação, desde que o valor somado dos brindes seja igual ou superior a R\$200,00. Não é necessário enviar brindes extras para o blogueiro, exceto se for interesse combinar esta ação com a modalidade #2 – resenha-

## **Ferramentas de Auditoria e AdPublishing**

São utilizados como serviços o Google Analytics e o StatCounter. Mediante solicitação incluiremos seu usuário na lista de acessos, permitindo que seja feito acompanhamento detalhado do desempenho do blog e de sua campanha.

Utilizo o Google Ad Manager, mas se for desejo do cliente não há problema em veicular campanhas utilizando servidores externos.

## **Dados para contato:**

Carlos Cardoso

[Cardoso@pobox.com](mailto:Cardoso@pobox.com) - gtalk: [cardosomobile@gmail.com](mailto:cardosomobile@gmail.com)

Skype: casc1701 – MSN: Cardoso@hotmail.com.br

Twitter: [@cardoso](https://twitter.com/cardoso)