

Dúvidas, sugestões, serviços?
Entre em contato conosco:

Contato

contato@ciaderesultados.com.br

(11) 4702-0758

www.ciaderesultados.com.br

NOTÍCIAS – Semana 10

- Gartner aumenta para 20% suas previsões de alta para o mercado de PCs
- Eee PC 1201HA tem tela de 12,1 polegadas e ótima autonomia de bateria
- Comércio de notebook pode superar o de computador convencional
- Em três anos desktops serão irrelevantes
- Discursos otimistas de presidentes da Alemanha e Espanha dão tom da abertura da Cebit 2010
- Carrefour lança comércio eletrônico
- Grupo Pão de Açúcar divulga lucro recorde
- Estados disputam ICMS do comércio eletrônico
- Mulheres continuam comprando mais
- Comportamento do dólar na semana 10

=====

• Gartner aumenta para 20% suas previsões de alta para o mercado de PCs

Prevendo forte demanda por notebooks, o Gartner revisou para cima suas projeções para os embarques de PCs em 2010, afirmando que o volume total deve chegar a 366,1 milhões de unidades no mundo, subindo 20%, na comparação com os 305,8 milhões de unidades verificadas em 2009. A previsão atual é visivelmente maior do que em dezembro de 2009, cujos números apontavam para uma alta de 13,3%.

Quanto aos gastos com PCs, o Gartner estima um total de US\$ 245 bilhões, neste ano, o que representa uma elevação de 12,2% sobre 2009. George Shiffler, diretor de pesquisa do Gartner, diz que as boas previsões devem continuar, uma vez que a demanda de usuários domésticos por PCs está crescendo com a recuperação da crise. "A indústria de PC se redimirá com os PCs móveis, graças à demanda doméstica tanto nos mercados maduros, quanto nos emergentes. Os mininotebooks, de novo, devem liderar o movimento de ascensão do mercado, mas sua contribuição deve cair substancialmente depois de 2010, quando eles começam a enfrentar a grande competitividade dos modelos de tablet ultra-low-voltage (ULV), que estão chegando. Já as vendas de desktops afetarão minimamente a evolução do mercado e somente nos mercados emergentes", disse Shiffler, em comunicado. "Esperamos que os notebooks respondam por 90% do crescimento do mercado pelos próximos três meses. Em 2009, seu peso foi de 55%; até 2012, esperamos que os laptops cheguem a 70% do total de vendas", acrescentou. A incipiente produção do iPad, da Apple, e a emergência da onda de tablet-PCs e netbooks mudou a natureza do mercado de PCs. "As necessidades dos usuários estão, claramente, se segmentando, e os minilaptops provam isso. Os fabricantes não podem mais pensar em PCs somente em termos tradicionais. Com o aumento das aplicações web, muitos usuários não precisam mais de um PC convencional, que rode pesados sistemas operacionais para satisfazer suas necessidades. O iPad é só um de muitos devices que chegarão para mudar todo o ecossistema de PCs e suplantá-lo com a indústria de telefones móveis. Isso criará significativas oportunidades para os fabricantes, e também novas ameaças", disse, também em comunicado, Ranjit Atwal, principal analista do Gartner.

Link: <http://www.resellerweb.com.br/noticias/index.asp?cod=65972>

Eee PC 1201HA tem tela de 12,1 polegadas e ótima autonomia de bateria

PC World testou o Asus Eee PC 1201HA, primeiro netbook com tela de 12,1 polegadas (resolução de 1366 por 768 pontos) a chegar no mercado brasileiro. Alias, essa característica é a principal novidade desse portátil. Com esse tamanho de tela, era de se esperar que ele fosse um pouco maior que um netbook 'tradicional' e que pode fazer com que seja confundido com um notebook. São 29,6 centímetros de largura por 20,8 cm de profundidade e 3,3 cm de altura, quando fechado. O peso é de 1,4 quilos. O portátil vem equipado com processador Intel Atom Z520, de 1,33 GHz, 2 GB de memória padrão DDR2 800 e disco rígido de 250 GB. Traz chipset US15W e chip gráfico é o GMA 500, ambos da Intel, e sistema operacional Windows 7 Home Premium. A conectividade fica por conta de rede Wi-Fi 802.11 b/g/n, Bluetooth 2.1 e rede Fast-Ethernet. Há também uma webcam de 0,3 megapixels. As entradas e saídas estão distribuídas em duas USBs, uma saída VGA e o conector para o carregador no lado esquerdo. No lado oposto, encontramos os conectores para fone de ouvido e microfone, mais uma USB, conector para rede Ethernet e slot para cartão de memória flash, tipos MMC, SD e MS.

Análise e Desempenho

As teclas são um ponto de destaque, pois com maior largura do equipamento, foi possível obter mais espaço entre elas, um diferencial e tanto para que digita muito e acha o teclado de um netbook desconfortável. Com uma tela maior, o usuário ganha ainda mais conforto visual para ler o que está nela.

O processador instalado no 1201HA (Atom Z520) trabalha em uma velocidade um pouco menor (1,33 GHz) do que o processador Atom N270 (1,66 GHz), encontrado na maioria dos netbooks fabricados no Brasil. Além disso, sua arquitetura é um pouco diferente e, claramente, foi desenhado mais para economizar energia do que oferecer desempenho. Pudemos sentir isso facilmente ao tentar carregar vários programas e alternar entre eles. Essa tarefa era feita pelo 1201HA com certa lentidão.

Overclock nativo

Apesar do processador modesto, o 1201HA possui sistema interno no qual é possível aumentar a frequência de trabalho do processador. Basta acessar a configuração interna por meio da tecla F2 ao ligar o netbook. Na opção overclock, a velocidade do processador pode ser acrescida em até 30% acima da velocidade original. Na prática, foi possível aumentar a velocidade em 20%. Acima disso, o netbook travou. Mas isso já elevou a frequência em 267 MHz. Apesar de parecer pouco, as aplicações foram abertas com mais facilidade. Na parte gráfica, vídeos na qualidade de DVD foram exibidos sem problemas, mas vídeos em alta definição (720 linhas) ficavam com movimentos espasmódicos, e em alguns momentos apresentando perdas de sincronia com o som.

Muito tempo longe da tomada

A característica técnica que mais chamou a atenção no 1201HA foi o tempo em que a bateria suportou a carga. Em nossos testes, esse tempo chegou há cinco horas e 48 minutos. E o ambiente de testes usado foi exigente. Acessamos ininterruptamente vídeo streaming pela internet sem fio, com volume de som em 50% e todas as opções de economia de energia desligadas e com o processador em overclock de 20%. O 1201HA ainda acompanha um sistema, desenvolvido pela Asus, que envolve a combinação de software e hardware, chamado Super Hybrid Engine. Um pequeno programa fica na bandeja do sistema, e por meio dele, a velocidade do processador é ajustada de acordo com o uso do netbook. Com a ajuda desse software a bateria ficou mais tempo ainda longe da tomada: seis horas e 26 minutos com o equipamento rodando o mesmo ambiente de teste. A Asus informou que, usando todas as opções de economia de energia, esse tempo pode chegar a 8,5 horas. O Asus 1201HA é um netbook tradicional, pouco focado no desempenho e em multitarefa. Mas possui um circuito Wi-Fi de última geração, com bom alcance ao roteador, sem perder sinal. E provou que um netbook é direcionado para mobilidade, mostrando ótima autonomia para usar a internet e trabalhar longe de uma tomada elétrica por bastante tempo.

Link: <http://pcworld.uol.com.br/reviews/2010/03/08/eee-pc-1201ha-tem-tela-de-12-1-polegadas-e-otima-autonomia-de-bateria/>

Comércio de notebook pode superar o de computador convencional

Hoje, cada modelo fica com 50% do mercado, no segmento de usuário doméstico. Mas isso já começa a mudar. Só no ano passado, os brasileiros levaram para casa um número de notebooks que superou em 36% a quantidade vendida em 2008. Pesquisa da IDC, empresa especializada em estudos de mercado, identificou uma parcela da classe C substituindo o primeiro computador por notebook. Nos segmentos A e B, os portáteis lideraram a aquisição do segundo ou terceiro computador da família. Neste ano, esse comportamento pode ficar ainda mais acentuado, avalia Luciano Crippa, analista do setor de PCs da IDC. As sondagens de 2007 e de 2008 mostravam os consumidores da classe C comprando o primeiro desktop, enquanto os das classes A e B começavam a se familiarizar com a tecnologia do notebook. No

entanto, entre os usuários corporativos, houve redução de 16%, de acordo com o levantamento. Segundo Crippa, essa substituição do desktop pelo portátil ainda não é interessante para as empresas. "O cliente corporativo não quer que o computador saia da empresa, com o risco de expor informações confidenciais", disse. "Enquanto o usuário doméstico quer levar a informação para todo lugar."

Link: http://www.justi2inews.com/Conteudo/Justi2i_News_Conteudo_P.aspx?ED=03/03/2010&ID=208435&Email=aline.pereira@ciaderesultados.com.br&IDN=29013

Em três anos desktops serão irrelevantes

John Herlihy, um dos principais executivos do Google para buscas, pediu que os desenvolvedores não levem muito a sério os desktops. Herlihy foi um dos especialistas em internet a palestrar na Digital Lands, evento sobre web e tecnologia que acontece esta semana em Dublin, na Irlanda. Segundo Herlihy, as mudanças no mercado de internet não projetam um bom futuro para os desktops. O executivo afirma que nos países mais desenvolvidos os usuários migram em rápida velocidade para notebooks e netbooks, o que deve se repetir no médio prazo em regiões emergentes. Além disso, a popularização de dispositivos tipo tablet, como o iPad, e a massificação dos smartphones devem dar um tiro de misericórdia nos desktops. Herlihy fez esta afirmação para uma platéia de desenvolvedores e pediu que eles foquem esforços em criar soluções para dispositivos móveis, não para desktops. Os computadores de mesa, segundo Herlihy, ficariam restritos a nichos como gamers ou editores de imagens, vídeos e outros arquivos pesados. "Em se tratando de buscas e internet, os desktops serão irrelevantes em três anos", cravou Herlihy em sua palestra. O especialista disse que o fim dos desktops já pode ser percebido em mercados como o Japão, onde os programadores já desenvolveriam tudo com a cabeça em plataformas móveis e não mais pensando no usuário que tem um PC sobre sua mesa.

Link: <http://info.abril.com.br/noticias/tecnologia-pessoal/em-tres-anos-desktops-serao-irrelevantes-04032010-36.shl>

Discursos otimistas de presidentes da Alemanha e Espanha dão tom da abertura da Cebit 2010

Maior feira de tecnologia do mundo contará com quatro mil expositores de 70 países e mil fóruns de discussões. O mundo da tecnologia estará, nesta semana, com os olhos voltados para Hannover, uma cidade ao norte da Alemanha, com cerca de 600 mil habitantes e que abriga a maior feira de tecnologia e telecomunicação do planeta, a Cebit. Pelo parque de exposição Messe, ao sul da cidade, milhares de pessoas circularão em busca de novidades, tendências e soluções para atender às mais diversas demandas, desde a automação de processo, passando por iniciativas verdes, cidades inteligentes, mobilidade e e - governo. A abertura dos estandes e as palestras de keynotes começam mesmo nesta terça-feira (02/03), mas os trabalhos iniciaram na segunda, com algumas conferências preparadas pelas companhias para centenas de jornalistas de diversos países que acompanham o evento e também pela cerimônia que contou com a chanceler alemã, Angela Merkel, e com o primeiro-ministro da Espanha, José Luiz Zapatero. Se depender do entusiasmo dos políticos e dos números iniciais, o evento já é um sucesso.

São mais de quatro mil expositores de setenta países e mil fóruns de discussões. Em seu discurso na cerimônia de abertura, Zapatero enalteceu o papel do setor de tecnologia da informação e comunicação (TIC) na economia espanhola, chegando a dizer que o aumento de 40% na produção do país vista em anos recente só foi possível pela inovação tecnológica. O primeiro-ministro citou ainda diversas companhias espanholas como exemplo de investimento acertado e sucesso. "Desde 2004 o país vem investindo em desenvolvimento e inovação para conter os atrasos. Há uma estratégia de economia sustentável para sair da crise e isso passa por soluções inovadoras. O governo tem um projeto voltado para este segmento", avisa. A atuação do governo espanhol de suporte às companhias de TIC parece ser algo cada vez mais demandado pelo setor privado e isso nada tem a ver com estatização ou mesmo um aumento da máquina pública como muitos podem pensar. Esse suporte vem por meio de investimento em pesquisa e desenvolvimento e em educação de qualidade, algo bem colocado pelo recém-empossado co-CEO da SAP, Bill McDemott. "O suporte do governo à inovação é essencial e as pequenas empresas precisam disso", comenta o executivo que, antes, havia falado sobre a necessidade de inovação que o ser humano tem. Pelas informações passadas por Zapatero, a Espanha parece ter aprendido a lição. Entre outras coisas, o chefe de Estado afirmou que a TV digital já alcança 98% da população do país com "uma plataforma forte" e informou que TIC tem sido usada para modernização do governo e na educação. Mais contida, em seu estilo de sempre, a chanceler alemã preferiu não proferir tantas realizações. Porém, citou algo de invejar o governo brasileiro: até o fim deste ano, 99% da população estará coberta com banda larga e, boa parte, com velocidade acima de 5 Mbps. Avisou ainda que seu país mantém um percentual de 10% de investimento em educação, além de um bom caixa para suportar a inovação. "Sabemos que TIC une pessoas, precisamos apreciar as coisas novas." Sem citar governo, mas exaltando o setor, como poderia-se esperar o presidente da Bitkom, associação de tecnologia da informação, comunicação e novas mídias da Alemanha, August-Wilhelm Scheer, lembrou que a telecomunicação se "libertou" nos últimos anos, dando a possibilidade de criação de novos verbos, como "twitar". Abordou o surgimento de novas empresas de sucesso, como a Amazon, citou cloud computing como a revolução da indústria do software e encerrou com discurso sobre investimento e adoção de soluções. "Seguimos como grandes investidores e estamos em nível quatro de aplicação de nossa tecnologia. Mas China e Índia se converteram em potências nessa área e estão se aproximando de nós (região do Eruo)."

Link:http://www.resellerweb.com.br/noticias/index.asp?cod=65828&utm_source=newsletter_20100302&utm_medium=email&utm_content=Discursos%20otimistas%20dão%20om%20da%20abertura%20da%20Cebit%202010&utm_campaign=ResellerWebNewsletter

Carrefour lança comércio eletrônico

Com investimentos de R\$ 50 milhões e depois de sete meses de desenvolvimento, o Grupo Carrefour anunciou na manhã desta segunda-feira, 1º, o lançamento de sua operação de comércio eletrônico. Nessa primeira etapa do negócio, estão disponíveis mais de 15 mil produtos - que devem totalizar 80 mil até o final do ano - distribuídos em nove categorias. A ideia é que novas categorias sejam incorporadas a cada dois meses. "Nossa proposta é seguir de perto o que os consumidores desejam para nos tornarmos o quinto maior site de comércio eletrônico do Brasil até o final de 2011", anseia Jean-Marc Pueyo, diretor-

superintendente do Carrefour Brasil. A venda de alimentos, porém está descartada durante esse primeiro ano de atuação. Como diferencial, o grupo aposta em um conceito de vendas baseado em três pilares: diversidade de produtos, serviços e conteúdo. "Através de pesquisas percebemos que os processos de compra começam cerca de 15 dias antes do consumo. Daí a nossa preocupação em investir em conteúdo, ajudando na tomada de decisão através de textos e vídeos informativos", conta Rodrigo Lacerda, diretor-executivo de marketing do Carrefour Brasil. O executivo ressalta ainda a importância da oferta de serviços, que podem ser contratados no momento da compra e vão desde instalação técnica de eletroeletrônicos até help desk e manutenção. "Existe um vácuo no mercado no que se refere a serviços complementares. Queremos preencher essa lacuna e honrar nosso slogan Você clica, a gente resolve", completa Lacerda.

Nova campanha

O Carrefour também acaba de lançar uma ação multibandeiras. Peças criadas pela F/Nazca S&S apresentam posicionamento do grupo com inédita assinatura conjunta. Produzido pela O2 Filmes, com direção de Kitty Bertazi, o filme "Gente grande" apresenta tom emocional e remete ao portfólio de negócios da holding francesa no Brasil, que inclui, além dos 114 pontos do hipermercado Carrefour, 376 lojas do Dia%, 49 da rede Carrefour Bairros, 59 do Atacadão, 141 drogarias, 92 postos de gasolina e 17 unidades das agências Turismo Carrefour e do banco que emite cartões de crédito da rede. Ainda neste mês será lançado um portal de comércio eletrônico para enriquecer ainda mais a oferta de produtos e serviços. "Há muito tempo que a gente faz um Carrefour para cada coisa que você precisa na vida" é a inédita assinatura conjunta das bandeiras Carrefour, Atacadão e Dia%. A ação representa também a primeira grande mudança na comunicação da multinacional desde que a F/Nazca S&S assumiu a conta no Brasil, após alinhamento global promovido com o Grupo Publicis no início de 2009. Estréiam nesta quarta-feira, 3, outros três filmes assinados apenas pela bandeira Carrefour, a principal operação do grupo no País. Mantendo a apresentadora Ana Maria Braga como garota-propaganda, os filmes trazem alterações estéticas na logomarca da rede. Segundo Rodrigo Lacerda, diretor de marketing do Carrefour, trata-se de uma evolução no conceito que vinha sendo utilizado nos últimos cinco anos. Agora o alvo principal é a mulher moderna, que trabalha fora, mas continua à frente da organização do lar. "A ideia é resgatar no consumidor o prazer de comprar e criar um vínculo emocional, mostrando nossas lojas como um ponto de partida para bons momentos", detalha Lacerda, acrescentando que a mudança na comunicação é decorrência das novas diretrizes globais, traçadas com ampla participação dos executivos brasileiros. Os filmes exploram o mote "Bons momentos começam aqui", com adaptações ocasionais como, por exemplo, "Uma boa Páscoa começa aqui". Ana Maria Braga aparecerá convidando o consumidor a conhecer uma história, narrada com bom humor, à qual serão incorporadas as ofertas da semana. "O novo posicionamento do Carrefour leva em consideração que a compra não é um fim em si, mas sim o meio pelo qual o consumidor busca satisfazer suas necessidades e, principalmente, seus desejos", complementa Fabio Fernandes, presidente da F/Nazca S&S.

Link: http://www.mmonline.com.br/noticias.mm?url=Carrefour_lanca_comercio_eletronico&origem=mmbymail&token=130289-1638914508-9303458

 **Grupo Pão de Açúcar divulga lucro recorde**

Maior varejista do Brasil, o Grupo Pão de Açúcar anunciou nesta terça-feira, 2, que seu lucro líquido em 2009 bateu todos os recordes e somou R\$ 591,6 milhões. Esse resultado é cerca de 127% superior ao registrado em 2008. Os valores divulgados já incluem a operação do Ponto Frio, adquirido em junho do ano passado. A rede inclui ainda as marcas Extra, Compre Bem, Assai e Sendas, além do próprio Pão de Açúcar. Se considerada a operação sem o Ponto Frio, o grupo contabilizou R\$ 597,5 milhões de lucro líquido contra R\$ 260,4 milhões em 2008. "Apesar das expectativas negativas, a crise econômica não teve efeito sobre os nossos negócios. Pelo contrário. Fechamos o ano de 2009 como uma companhia muito musculosa e preparada para aproveitar novas oportunidades ou possíveis problemas", diz Enéas Pestana, vice-presidente sênior de operações do Grupo Pão de Açúcar. Em 2009 também não estão incluídos os resultados da Casas Bahia. "Todas as nossas metas foram cumpridas, sendo que houve um crescimento bastante significativo na categoria de não alimentos", completa Pestana. No que diz respeito às vendas brutas, o grupo totalizou R\$ 17,9 bilhões, crescimento de quase 20% com relação ao período anterior. A participação das marcas neste número é liderada por Extra (46,5%), Pão de Açúcar (17,2%) e Compre Bem (11,6%). Partes do balanço a partir do terceiro trimestre do ano, as lojas Ponto Frio respondeu por 7,2 % do total de vendas.

Link:http://www.mmonline.com.br/noticias.mm?url=Grupo_Pao_de_Acucar_divulga_lucro_recorde&origem=mmbymail&token=130289-1638914508-9303458.



Estados disputam ICMS do comércio eletrônico

O ICMS sobre as vendas eletrônicas fica integralmente com o Estado onde fica o centro de distribuição das mercadorias. O aumento das vendas pela internet acirrou uma disputa entre os governos estaduais pela arrecadação do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) nas transações de comércio eletrônico. Enquanto São Paulo defende as regras atuais, Ceará, Pernambuco, Bahia, Rio Grande do Norte e Mato Grosso querem uma mudança nas normas, que favorecem os Estados que abrigam os centros de distribuição das empresas que vendem pela internet. O valor dessas operações - estimadas em R\$ 10,5 bilhões no ano passado - e a tendência de aumento explica a intenção de mudar as regras. Conforme a legislação atual, o ICMS sobre as vendas eletrônicas fica integralmente com o Estado onde fica o centro de distribuição das mercadorias. Assim, quando um consumidor do Ceará compra um fogão em empresa "pontocom" que armazena seus produtos em São Paulo, a transação é considerada como venda direta ao consumidor e todo o ICMS fica para São Paulo. Em uma compra tradicional, o Estado ficaria com um ICMS de 7% e o restante iria para o Ceará. Pernambuco e Mato Grosso já tentam calcular suas perdas - o primeiro estima que ela chegue a 10% do ICMS recolhido pelo varejo, enquanto o segundo considera que deixa de recolher R\$ 350 milhões anualmente. "Essa questão deve ser uma das grandes discussões da pauta do Confaz neste ano", diz Carlos Martins Marques Santana, secretário de Fazenda da Bahia e coordenador do Conselho Nacional de Política Fazendária. Ao mesmo tempo em que pretendem levar a discussão ao Confaz, Estados agem para reduzir suas perdas. O Mato Grosso determinou que os fornecedores cadastrassem eletronicamente as operações de remessa de mercadorias ao Estado ou emitam a nota fiscal eletrônica. O Ceará fiscaliza os caminhões que chegam ao Estado e exige pagamento de ICMS na entrada das mercadorias. Em nota, a Secretaria da Fazenda de São Paulo

diz que a Constituição garante ao Estado de origem a arrecadação de ICMS sobre as vendas diretas ao consumidor, como é o caso do comércio pela internet.

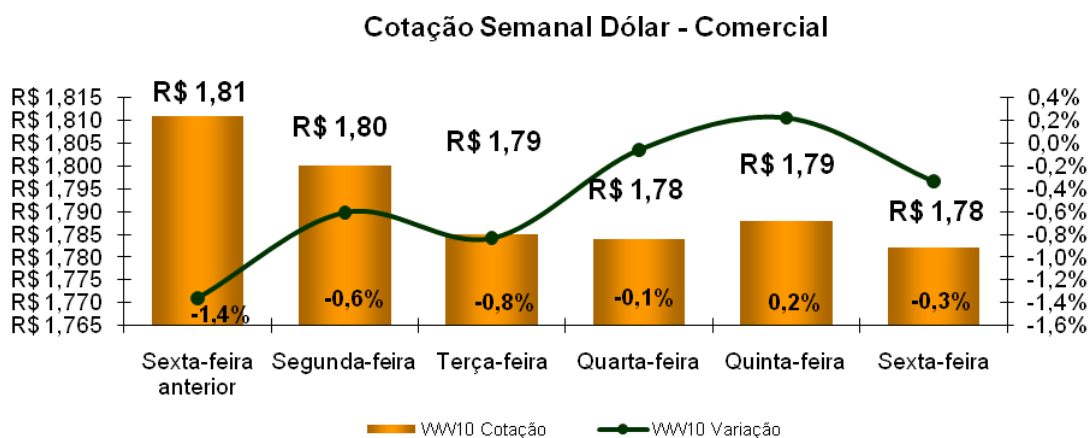
Link: http://www.valoronline.com.br/?impresso/caderno_a/83/6135504/estados-disputam-icms-do-comercio-eletronico&utm_source=newsletter&utm_medium=manha_03032010&utm_campaign=informativo

Mulheres continuam comprando mais

Às vésperas do Dia Internacional da mulher - celebrado no dia 8 de março - e diante de uma nova realidade e papel da ala feminina na sociedade, uma pesquisa realizada pelo Ibope Media mostra que um velho hábito das mulheres não mudou: elas continuam comprando - e gastando - mais do que os homens. Segundo dados obtidos pela ferramenta Target Group Index, utilizada pelo instituto de pesquisas, 67% das mulheres entrevistadas declararam ter feito compras pessoais nos últimos 30 dias. Nesse quesito, estão excluídas as compras de alimentos e de bebidas. A mesma pergunta foi realizada para os homens e, nesse caso, a porcentagem dos que declararam ter comprado um item pessoal nos últimos 30 dias caiu para 58%. E o vestuário continua sendo uma das maiores preocupações das consumidoras. Do total das entrevistadas que afirma ter feito compras no último mês, 78% assumem ter comprado roupas femininas. Já 43% delas relatam ter adquirido itens de vestuário masculino, enquanto 39% afirmam terem investido seu dinheiro em roupas para crianças e bebês. E, para comprar esses produtos, essas mulheres dão preferências às lojas de rua (48%) e aos shoppings (33%). As consumidoras também mostram que a internet é uma importante aliada na hora de obter informações sobre algum produto que desejam adquirir. Cerca de 10% das entrevistadas respondeu que recorre à web para tirar dúvidas sobre marcas e produtos, sobretudo a respeito de telefones celulares, equipamentos de TV, vídeo, som, roupas vida saudável, alimentação e exercícios. A pesquisa realizada pelo Ibope foi apurada entre os meses de agosto de 2008 e setembro de 2009 e contou com a participação de 19.456 pessoas.

Link: http://www.mmonline.com.br/noticias.mm?url=Mulheres_continuam_comprando_mais&origem=mmbymail

Dólar na semana 10



Dólar comercial PTAX – Dólar Comercial Venda - Taxas de Câmbio BACEN

Disclaimer – A Newsletter da Cia de Resultados, no intuito de manter uma posição independente e imparcial, não exerce nenhuma função editorial e não se responsabiliza pelo conteúdo das notícias veiculadas e, se isenta de qualquer ação resultante de qualquer erro ou omissão.