



## **Clientes Vivo vão assistir a jogos da NBA ao vivo em realidade virtual**

- *Pioneira no Brasil, Vivo oferece a seus clientes possibilidade de assistir às partidas da NBA ao vivo pelo celular em realidade virtual*
- *Ao todo serão 27 jogos da temporada 2017/18 transmitidos com a tecnologia VR*

A temporada 2017/18 da NBA (National Basketball Association) começa no dia 17 de outubro e os clientes móveis da Vivo que são fãs de basquete vão poder assistir às partidas como se estivessem dentro de uma arena, graças à tecnologia de realidade virtual (VR). A novidade está disponível para assinantes premium do serviço NBA, aplicativo lançado com exclusividade pela Vivo em abril, em parceria com a NBA. É necessário ter um smartphone Android para ver os jogos em realidade virtual.

A Vivo é a primeira operadora do Brasil a oferecer a seus clientes a possibilidade de ver jogos de basquete da NBA ao vivo, em realidade virtual, pelo celular. Ao todo, serão 27 partidas da nova temporada - um por semana - transmitidas em VR. Os assinantes também terão à disposição replays e melhores momentos dos jogos em realidade virtual. A partir de meados de outubro, o calendário completo dos jogos que serão transmitidos em VR estará disponível no aplicativo.

### **Como funciona**

Para assistir aos jogos em realidade virtual é preciso instalar o aplicativo da NextVR, disponível exclusivamente para dispositivos Android, além de ter óculos de realidade virtual compatíveis com o smartphone. Depois, basta acessar o aplicativo NextVR e informar login e senha utilizados do aplicativo NBA, da Vivo.

A novidade está disponível para os assinantes do pacote premium NBA, que garante acesso completo ao NBA LEAGUE PASS. Além dos jogos transmitidos em VR, o pacote premium engloba todas as partidas da temporada. São mais de 1.200 jogos, entre temporada regular, Playoffs e Finais, além dos eventos do All-Star Weekend (fim de semana do All-Star Game), pelo valor de R\$ 19,99/mês. Os jogos serão assistidos sem limites ou restrições. Para assinar o pacote premium, basta enviar um SMS com a palavra NBA para o número 622.

Com o aplicativo NBA, clientes móveis da Vivo, que é a operadora oficial da Liga no Brasil, vão assistir aos jogos ao vivo e terão acesso a conteúdo exclusivo mediante a contratação de planos com condições especiais - com valores até 50% menores em relação às opções digitais disponíveis no mercado (além do pacote premium mensal, outra opção é o básico, por R\$ 3,99/semana ou R\$ 9,90/mês). E os clientes contam ainda com a facilidade de assinar o serviço com o pagamento em sua conta de celular ou por meio de créditos pré-pagos, dependendo do plano.

Além disso, o aplicativo tem o recurso mobile view, uma funcionalidade desenvolvida exclusivamente para oferecer uma experiência única para aqueles que assistem aos jogos pelo celular. Trata-se de uma câmera exclusiva para dispositivos móveis com closes ainda mais fechados, deixando o espectador mais próximo das jogadas. O aplicativo dá acesso também a conteúdos



especiais da liga, como melhores momentos, entrevistas exclusivas, jogos clássicos, documentários, bastidores da NBA, entre outros, alguns deles nunca exibidos na TV.

####

### **Sobre a Vivo**

A Vivo é a marca comercial da Telefônica Brasil, empresa líder em telecomunicações no País, com 97,2 milhões de acessos (1T17). A operadora atua na prestação de serviços de telecomunicações fixa e móvel em todo o território nacional e conta com um portfólio de produtos completo e convergente para clientes B2C e B2B – banda larga fixa e móvel, ultrabanda larga (over fiber), voz fixa e móvel e TV por assinatura.

A empresa está presente em 3,9 mil cidades, sendo mais de 3,7 mil com rede 3G e mais de mil com 4G, segmento em que é líder de Market Share. A operadora ainda é líder na cobertura de 4,5G, rede que oferece internet duas vezes mais rápida que o 4G. No segmento móvel, a Vivo tem 74 milhões de clientes e responde pela maior participação de mercado do segmento (30,5%) no país, de acordo com resultados do balanço trimestral (1T17).

Guiada pela constante inovação e a alta qualidade dos seus serviços, a Vivo está no centro de uma transformação Digital, que amplia a autonomia, a personalização e as escolhas em tempo real dos seus clientes, colocando-os no comando de sua vida digital, com segurança e confiabilidade. A Telefônica Brasil faz parte do Grupo Telefónica, um dos maiores conglomerados de comunicação do mundo, com presença em 21 países, 346,9 milhões de acessos, 126,9 mil colaboradores e receita de 52,0 bilhões de euros em 2016.

### **Sobre a NBA**

A NBA é uma empresa global de esportes e mídia construída ao redor de três ligas de esportes profissionais: a NBA, a WNBA (liga feminina) e a D-League (liga de desenvolvimento da NBA). A liga se estabeleceu internacionalmente com a presença escritórios em 13 mercados pelo mundo, jogos e programação em 215 países e territórios em 49 línguas, e produtos oficiais da NBA à venda em mais de 125 mil lojas de 100 países em seis continentes.

A NBA é a liga profissional esportiva número 1 em redes sociais, com mais de 1,3 bilhão de ‘curtidas’ e seguidores globais considerando as plataformas de liga, times e jogadores. Através do ‘NBA Cares’, importante ferramenta social promovida pela liga, a liga trabalha ao lado de organizações reconhecidas internacionalmente que apoiem as causas infantis e o desenvolvimento da educação, da juventude e da família, além de iniciativas saudáveis. Atualmente, cinco jogadores estão confirmados para a temporada 2017-2018: Cristiano Felício (Chicago Bulls), Bruno Caboclo e Lucas ‘Bebê’ Nogueira (Toronto Raptors), Nenê Hilário (Houston Rockets) e Raulzinho Neto (Utah Jazz).

Por meio do escritório brasileiro, que completou cinco anos em setembro de 2017, a NBA promoveu três edições do NBA Global Games (jogos de pré-temporada 2015-2014-2013), a ida de Flamengo (três jogos em 2014) e Bauru (dois jogos em 2015) para confrontos contra equipes da NBA nos Estados Unidos, duas edições do NBA Fan Zone (2015-2014), a NBA House (eleita pelo voto popular a melhor entre as 56 casas de hospitalidades dos Jogos Olímpicos Rio-2016) e dez edições do NBA3X (em Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e Espírito Santo).

Além disso, lançou a plataforma jr. nba no país (com escolinhas e camps), que tem como iniciativas aulas no contraturno em escolas públicas de RJ e SP (15 mil jovens), a jr. nba League (liga escolar com 30 escolas em SP) e núcleos de escolinha nos complexos Esportivo da Rocinha e da Maré (RJ). Em setembro deste ano, a liga promoveu a NBA Fan Zone no Rock in Rio, e mais de 360 mil pessoas passaram pela Arena Game XP, onde o espaço temático funcionou dentro do festival.



Fora das quadras, a NBA firmou parceria para co-gestão comercial da LNB (Liga Nacional de Basquete), inaugurou a primeira loja física da América Latina em setembro do ano passado, no Rio de Janeiro (BarraShopping), lançou o álbum oficial de figurinhas em parceria com a Panini (janeiro/2017) e aumentou para mais de 300 jogos exibidos ao vivo na temporada regular pelos parceiros ESPN e SporTV, entre outras ações.

**Mais informações:**

**Assessoria de comunicação da Vivo**  
**imprensa@telefonica.com**  
**(11) 3430-7020**

**Comunicação NBA / Brasil**  
**Samy Vaisman**  
**+55 21 3206-6432 / + 55 21 9 8672-6284**  
**mpcrio@mpcrio.com**