

TELEVISÃO, REDES SOCIAIS E MOBILIDADE: A SEGUNDA TELA COMO INTERMEDIADORA

RODOLFO HOPPE KRUGER¹; GABRIELA DA SILVA ZAGO²

¹Universidade Federal de Pelotas – rodolfohoppe@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – gabrielaz@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A sociedade atual tem sede pela informação, principalmente quando se consegue obtê-la antes dos outros. O ato de informar-se, na atualidade, é tido como uma das principais fontes responsáveis pelo entretenimento do indivíduo com seu grupo, por exemplo. Estar a par do que acontece ao seu redor possibilita que aconteça a interação da qual o ser humano precisa para se sentir incluído.

A popularização dos smartphones e pacotes de conexão de internet móvel nos últimos anos acarretaram no abandono de alguns telespectadores de atrações televisivas que já foram sucesso quando nenhuma dessas facilidades, que os ligam ao virtual, instantaneamente, existia.

Enquanto a [televisão] proporcionou um novo jeito de olhar o mundo desde a metade do século passado, a internet mudou a forma de as pessoas se comunicarem, rompendo barreiras e tornando qualquer ponto do planeta próximo em questão de segundos. (LANDIM, 2010).

A internet é o meio onde a comunicação ocorre de todos para todos, e não um para todos, conforme estuda Pierre Lévy (2009), em sua obra *Cibercultura*. Uma pesquisa realizada em 2012 pela Forrester Research, empresa internacional especializada em pesquisas quantitativas, revelou que, já na época em que foi aplicada a pesquisa, a audiência da web era três vezes maior que a da televisão no Brasil. O blog TechTudo, que divulgou essa pesquisa, complementa ainda com a seguinte informação: “Hoje, a adoção da web como principal meio de informação e entretenimento é de 48%, e a previsão é que em 2016, esse número alcance a marca de 57%.” (MOREIRA, 2012)

Através de pareceres fornecidos pelos usuários e estudos de usuários enquanto interagem com as tecnologias relacionadas, obteremos um patamar atual de quais são as necessidades e anseios desse público para que continue consumindo as grades de programação das televisões abertas e fechadas do país.

O objetivo final da presente pesquisa é analisar casos de emissoras que desenvolveram estratégias digitais para fidelização do público, discutir formas de participação do público na televisão através da internet e, por fim, analisar os motivos que levam à migração da televisão para outros suportes. Neste resumo, o foco é explorar a intersecção entre televisão, redes sociais e mobilidade através da análise das interfaces de segunda tela de aplicativos de emissoras de televisão.

2. METODOLOGIA

Para a operacionalização do estudo, aplicativos móveis das seguintes emissoras de televisão foram analisados: TV Globo, SBT, BAND, Rede Record e Televisa.

O estudo contempla a análise das interfaces, o levantamento de recursos disponibilizados por cada aplicativo, e a avaliação da percepção dos usuários dos aplicativos a partir das avaliações recebidas na app store.

Todos os aplicativos foram acessados usando um celular com o sistema operacional iOS e, portanto, a app store considerada é a Apple Store.

Essa análise servirá de base, para, posteriormente, construir questionários para avaliar, junto ao público, suas percepções sobre a valia destes aplicativos para uso conjunto durante o ato de assistir televisão. Verificando a eficácia ou não deles, uma pontual análise trará para esta pesquisa o rumo que se terá de tomar para a construção de uma interface que consiga suprir todas as necessidades e desejos do consumidor (telespectador, acima de tudo).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Hoje o número de smartphones conectados no Brasil supera o de computadores, conforme 26º Relatório Anual de tecnologia da Informação da Fundação Getúlio Vargas, e, talvez por isso, as emissoras de televisão fizeram sua parte adentrando ao mundo dos aplicativos disponíveis em lojas virtuais dos sistemas operacionais dos celulares. Uma breve síntese do que foi percebido nos apps citados anteriormente como os escolhidos para análise estará nas linhas que seguem.

O app “Globo” promete muita interatividade durante jogos transmitidos pela emissora, informações sobre a grade de programação, resenhas sobre os programas e um recurso que permite que se converse sobre determinada atração com outros usuários que também a assistem, dando ênfase ao social, a partir da possibilidade de compartilhar opiniões e novidades através do chat. Porém, um ponto negativo é identificado nos comentários feitos pelos próprios usuários ao qualificarem o produto na loja virtual: o fato de não conseguir assistir o canal por *streaming*.

Foi neste quesito em que sua concorrente, SBT, obteve sucesso nas qualificações do seu app. Além de oferecer a transmissão ao vivo, é possível acessar um arquivo dos programas exibidos recentemente, podendo reproduzir quadros específicos do programa sem ser necessário navegar pelo tempo total da atração até encontrar o conteúdo de seu interesse.

Apenas a Band (TV Bandeirantes) é a que dispõe de maneira bem clara o recurso de segunda tela, o qual, entretanto, só funciona em determinados programas. Em vista dos demais aplicativos, é o que mais facilita a participação do telespectador, permitindo que se envie, inclusive, fotos e vídeos diretamente para o programa desejado, sem ser necessário compor um e-mail.

Já a Rede Record, se destaca por possuir uma sala de bate-papo semelhante à da Globo, onde os espectadores comentam, discutem ou sugerem alguma pergunta ou pauta para um programa que está sendo exibido naquele momento. Conta ainda com a possibilidade de agendar programação com o alarme do dispositivo em uso.

Por fim, saindo do âmbito nacional, mais precisamente no México, tem-se o aplicativo da emissora Televisa. A telenovela é o forte, assim como no Brasil, e portanto seu app prima por não te fazer perder o capítulo que está por vir, emitindo notificações no smartphone do telespectador para que ele não deixe de assistir. Também integram um de seus maiores destaques de programação, um reality show chamado “Me Pongo De Pie”, oferecendo uma área exclusiva ao programa, provavelmente com o intuito de permitir que o espectador novato reconheça quem são os jurados e participantes.

4. CONCLUSÕES

Até o momento, a análise acima nos permitiu compreender que a maioria das emissoras de televisão verificadas ainda não encontrou todos os recursos ideais para aproximar em um só aplicativo o internauta da televisão novamente. Sem reter o telespectador através do ambiente conectado em que se encontram na maior parte do tempo, não conseguirão reestabelecer essa fuga do público da televisão para a internet, que já tem sido comprovada por pesquisas, como a da, já anteriormente mencionada, Forrester Research. A ideia é que se consiga reunir todos os pontos positivos de cada aplicativo, percebendo quais são os acertos que serão imprescindíveis para as novas futuras versões dos aplicativos oferecidos pelos canais televisivos, que são um dos meios de comunicação que disponibilizou conhecimento sobre o mundo todo muito antes do âmbito conectado em que se está inserido hoje. Após reunir esses pontos positivos, pretende-se construir uma interface de segunda tela para um canal televisivo que ainda não possua tal recurso.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LÉVY, P. **Cibercultura**. (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 2009.

LANDIM, W. **Televisão versus Internet**. TecMundo, 2 jun. 2010. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/televisao/4354-televisao-versus-internet.htm>>. Acesso em: 13 abr. 2015.

MOREIRA, E. **Internet tem 3 vezes mais audiência que a TV no Brasil**. TechTudo, 14 mar. 2012. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/03/internet-tem-3-vezes-mais-audiencia-que-a-tv-no-brasil.html>>. Acesso em: 13 abr. 2015.

Acompanhe a programação da Rede Globo com o Globo com_vc. TechTudo, 8 abr. 2013. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/globo-com_vc.html> Acesso em: 4 jun. 2015.

Experiência de segunda tela é nova tendência na TV. Olhar Digital, 10 ago. 2013. Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/video/experiencia-de-segunda-tela-e-nova-tendencia-na-tv/36626>>. Acesso em: 13 abr. 2015.

Número de smartphones supera o de computadores no Brasil. Info, 17 abr. 2015. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/mercado/2015/04/numero-de-smartphones-supera-o-de-computadores-no-brasil.shtml>> Acesso em: 10 jun. 2015.

Página para compra do app Globo. AppStore, 2015. Disponível em: <<https://itunes.apple.com/br/app/globo/id796991933?mt=8>> Acesso em: 4 jun. 2015

Página para compra do app TV SBT. AppStore, 2015. Disponível em:

<<https://itunes.apple.com/br/app/tv-sbt/id965947410?mt=8>> Acesso em: 4 jun. 2015

Página para compra do app BAND. AppStore, 2015. Disponível em: <<https://itunes.apple.com/br/app/band/id710693911?mt=8>> Acesso em: 4 jun. 2015

Página para compra do app Rede Record. AppStore, 2015. Disponível em: <<https://itunes.apple.com/br/app/rede-record/id849390482?mt=8>> Acesso em: 4 jun. 2015

Top 10 maiores emissoras de TV do mundo. *TOP 10+*, sem data. Disponível em: <<http://top10mais.org/top-10-maiores-emissoras-tv-mundo/>> Acesso em: 4 jun. 2015.