

TV Social: A integração das redes sociais com a televisão digital interativa

Autores: Karla Rossana Francelino Ribeiro Noronha e Olga Maria Tavares

Titulação: Mestranda em Comunicação e Doutora em Comunicação

Contato: noronhakr18@yahoo.com.br / olgatavares@hotmail.com

Programa de Pós-Graduação em Comunicação - Universidade Federal de Pernambuco

Resumo: Este artigo tem o objetivo de apresentar a TV Social e refletir sobre sua característica mais importante: a integração da TV Digital Interativa com as redes sociais. Através das comunidades virtuais, milhares de telespectadores têm discutido os programas televisivos que assistem diariamente. Por isso, temos que discutir sobre a convergência tecnológica e as reconfigurações midiáticas, pois o processo de construção e interpretação da TV tem se transformado devido às novas possibilidades de interação das diversas plataformas midiáticas, através da construção coletiva de conteúdo televisivo e garantido a participação ativa do telespectador. É necessário discutirmos como esta integração pode ajudar a melhorar a grade de programação das TVs públicas e ampliar o acesso da sociedade à informação e educação de qualidade, observando que as discussões dentro das comunidades virtuais podem influenciar diretamente na produção de programas de TV interativos que atendam às necessidades dos cidadãos.

Palavras-Chave: Interatividade, Redes Sociais, TV Digital, TV Social.

Introdução

Com o advento das novas tecnologias, a televisão, agora, pode oferecer imagem e conteúdo digital, mas ainda não sabe como tratar a questão da interatividade e ainda não encontrou um modelo de negócio que lhe proporcione o mesmo lucro da TV analógica devido ao poder de controle de conteúdo que o telespectador pode ter na TV Digital.

Todo o aparato técnico da TV Digital está pronto e é disponibilizado gratuitamente. Aparelhos de televisão já estão sendo vendidos com a ferramenta. Alguns países também já o utilizam, como a Argentina, que, em maio de 2012, através do laboratório da Universidade de La Plata (UNLP), liberou a versão 1.3 do Ginga.ar, versão portenha para o middleware de interatividade (IMasters, 2012).

Este artigo aborda o que é a TV Social, suas características e como essa nova forma de fa-

zer televisão pode reconstruir a televisão no contexto de sua digitalização e de aplicação da interatividade nas TVs públicas universitárias. Serão abordadas as redes sociais e a TV social, seu conceito, características e possibilidade de uso para a TV pública digital.

Redes Sociais

As redes sociais já se incorporaram ao dia a dia da população, sendo que mais de 80% dos usuários as acessam diariamente. Podemos dizer que elas são, na verdade, a relação existente entre as pessoas que utilizam os seus recursos independentemente do objetivo de uso de cada cidadão/ã. Segundo um levantamento realizado pela KPMG, intitulado Debate Digital 2013, “o Brasil está entre os líderes no consumo e na disposição para mídias sociais” (KINGHOST, 2013).

Por exemplo, muitos programas televisivos têm utilizado

o Twitter para interagir com os telespectadores através de sorteios, promoções ou a cobertura instantânea da programação televisiva. E a maioria deles também têm suas páginas no Facebook.

Por isso podemos considerar que a relação rede social - televisão – telespectador tem sofrido uma inversão na forma de consumo do produto televisivo devido às novas configurações midiáticas, que alteram o modo de pensar e agir de cada participante desse processo comunicacional. Temos a construção de um novo fluxo de informação que agora é transversal, pois a televisão se desloca para os dispositivos móveis, tornando-a menos doméstica e mais individualizada.

De acordo com a ComScore para Brasil houve uma emergência das redes sociais no Brasil em 2012. Os usuários da internet no Brasil são jovens: 18% têm entre 18 e 24 anos e 30% entre 25 e

34 anos. O acesso à internet via smartphones e tablets teve crescimento recorde de 6% no ano passado. Esses dados podem analisados em conjunto com as informações divulgadas pelo Ibope Nielsen Online que realizou uma pesquisa em 13 regiões metropolitanas com pessoas de 10 anos ou mais de idade, entre 13 e 29 de fevereiro de 2012.

Os números indicam ainda que os internautas que acessam a rede em casa e assistem televisão, 43% têm o hábito de ver TV enquanto navegam. Destes, 59% declararam fazer isso todos os dias. Mais de 70% desses jovens multiusuários afirmam que procuram na internet informações sobre o que está sendo mostrado na TV e 80% admitem ter ligado a TV ou trocado de canal motivados por uma mensagem recebida pela internet. A pesquisa destaca ainda que os noticiários, novelas, filmes e esportes são os programas mais assistidos na televisão por aqueles que estão online, sendo que 29% dos consumidores simultâneos têm o hábito de comentar. As novelas são o foco principal dos debates.

Para as TVs públicas universitárias, a rede social é uma via de mão dupla no sentido de construir uma programação com conteúdos sugeridos pelos usuários da rede e seguindo a possibilidade de o telespectador ter de fato um meio para transmitir e compartilhar informações de interesse comum à sociedade. Esta, ao perceber seu papel de interlocutor e colaborador, toma consciência de que é parte importante no processo de desenvolvimento do seu contexto social, e passa a participar de comunidades de conhecimento que atendam a seus interesses informacionais específicos.

Dessa forma, o desenvolvimento de aplicativos que en-

volvam as redes sociais é fundamental para ampliar os recursos interativos e permitir que as televisões universitárias possam expandir e melhorar a produção de conteúdo, além de garantir a participação efetiva dos/as cidadãos/ãs, com a perspectiva de reconfigurar os processos comunicacionais que perpassam pelas diversas mídias que encontramos atualmente. Essa possível futura parceria telespectadores-televisão universitária será, certamente, a mais provável de ocorrer com o objetivo de se construir uma nova televisão brasileira.

TV Social

A TV Social é uma nova forma de interação dentro da TV Digital. É uma ferramenta de inclusão do telespectador no ambiente de interatividade da televisão digital interativa, já que a TV Social é uma integração das redes sociais com a TV Digital. É sabido que muitas comunidades virtuais usam as plataformas de relacionamento da internet (Facebook, Twitter etc.) para discutir sobre os programas que assistem na televisão. Para Tavares (2011, p. 168-169):

“Redes Sociais e Televisão Digital é uma parceria que tem tudo para dar certo, principalmente no Brasil, onde a TV é uma espécie de totem familiar e as redes sociais se incorporaram à dinâmica do cotidiano nacional, quando existem mais aparelhos celulares do que habitantes, e a internet já alcança 40 milhões de usuários.”

Assim, é possível para a TV pública digital usar também as redes sociais para ampliar e melhorar a produção de conteúdo e

permitir aos espectadores saírem do modo passivo de ver TV e se tornarem agentes ativos, interferindo de forma positiva e colaborativa no conteúdo dos programas que assistem. O público receptor pode ainda personalizar a TV de acordo com as recomendações que recebe das comunidades virtuais, que podem ter o papel de programadoras.

Cria-se uma nova possibilidade de trabalhar a inclusão social e digital, através da convergência da televisão com a internet. As aplicações interativas podem ampliar-se e estabelecer uma rede de usuários – não mais telespectadores –, que canaliza as informações de acordo com seus interesses e os da comunidade que participa. Tavares (2011, p.166) expõe algumas características para a TV social. São elas: “engajamento social; abertura ao debate interativo; preocupação com a qualidade conteudística da programação; e a interação permanente com as redes sociais. Abrem-se, então, novas fronteiras comunicacionais na forma de novas opções interativas”.

No caso das TVs universitárias, a TV social amplia a capacidade de produção de conteúdo voltado à educação, cultura e cidadania. Pode ser um instrumento de emancipação da sociedade que está submetida aos interesses de emissoras privadas que produzem uma grade de programação com pouca informação educativa.

Além do envolvimento da comunidade local, a TV social permite aos estudantes desenvolver produtos televisivos no âmbito acadêmico, capacitando esses jovens a trabalhar com os recursos da TV Digital e garantir a qualidade da TV pública universitária. Segundo Tavares (2011, p. 166):

“A TV Digital Social é voltada para as discussões da sociedade. Alguns a chamam, inclusive, de televisão da comunidade. Sendo assim, supõe-se que este modelo de TV não desperte interesse das grandes redes de televisão porque foge ao perfil mercadológico dessas empresas. Este estudo propõe pesquisas.”

Assim, a inserção da TV Social no ambiente das TVs universitárias possibilita o desenvolvimento de um diálogo permanente entre professores, pesquisadores e estudantes, além de interagir com a comunidade local e a inclusão social e digital daqueles que estão distantes das novas tecnologias interativas. A Universidade de Aveiro, em Portugal, desenvolve um projeto de TV Social chamado WeOnTV, pelo Sapo Labs. “É um serviço de integração de redes sociais, ferramentas de comunicação em tempo real e promoção de conteúdos televisivos; e é uma aplicação que permite a comunicação entre amigos/as à volta de um ou mais canais” (TAVARES, 2011, p. 166).

“O aplicativo se baseia na integração de recursos de mensagens instantâneas (IM) na televisão, permitindo que os usuários saibam o que outras pessoas estão assistindo, podem fazer recomendações de programa ou iniciar bate-papo em vários formatos. Para envio de mensagens, o usuário pode usar o controle remoto ou o seu telefone móvel. (SOCIALITV, 2012).”

A TV UFPB e o Núcleo Laboratório de Aplicações de Vídeo Digital da UFPB- estão

promovendo, em parceria com a Empresa Brasil de Comunicação (EBC) - TV Brasil, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Universidade Católica de Brasília (UCB), a produção do primeiro projeto de interatividade na televisão pública brasileira que vai testar as potencialidades da tecnologia digital com famílias de baixa renda, beneficiárias do Programa Bolsa Família de João Pessoa. Foram escolhidas 100 famílias dos bairros de Mandacaru, Colinas do Sul e Cristo Redentor, na capital paraibana, inscritas no programa social do Governo Federal, para assistir aos vídeos interativos em desenvolvimento. O objetivo é ver o potencial que essas famílias têm de interagir com os novos recursos proporcionados pela tecnologia digital, avaliando também aspectos da transmissão digital e outras funcionalidades do sistema (UFPB, 2012). Trata-se da primeira experiência de interatividade na TV aberta e pública brasileira.

A TOTVS foi a encarregada de criar os vídeos interativos em três áreas de interesse das 100 famílias beneficiárias do Programa Bolsa Família que estão participando do projeto. O Ministério do Trabalho, Ministério da Saúde e do Desenvolvimento Social, além do Ministério da Previdência em que cada um produziu três vídeos interativos com informações sobre Carteira de Trabalho, Bolsa Emprego, Farmácia Popular, Aleitamento Materno, Benefícios do Governo Federal, entre outros.

Os conteúdos interativos foram transmitidos através de um canal extra, concedido a TV Câmara de João Pessoa pela EBC. Sobre a utilização, uma matéria publicada no Jornal da Paraíba recentemente acerca do projeto afirma que as informações rela-

cionadas à saúde tiveram 168 acessos enquanto que o serviço oferecido pelo Banco do Brasil obteve 135 acessos. Já a opção sobre serviços sociais apresentou 210 acessos pelos usuários. Por fim, a opção que oferece informações sobre cursos e empregos teve o maior número de acessos, 419.

Considerações Finais

Para refletir sobre o que é a TV Social, fez-se necessário dialogar sobre a convergência tecnológica e as reconfigurações midiáticas para compreendermos com clareza a importância que as novas mídias têm trazido para a sociedade. Assim, a convergência é um processo de transformação cultural e social capaz de remodelar o fazer comunicacional dos meios de comunicação.

Observando o nosso dia a dia, percebemos que o contexto tecnológico em que estamos inseridos atualmente transforma nossa maneira de se relacionar com as pessoas no ambiente real e virtual. Muitas vezes até confundimos os processos em que estamos envolvidos. A televisão sempre esteve presente na nossa vida e, desde os seus primórdios, ela tem conseguido mexer com a nossa capacidade de recepção e interpretação.

Com a chegada de novas mídias e tecnologias, o processo de construção e interpretação da TV mais uma vez se altera porque os públicos estão sempre em busca de um conhecimento cada vez mais específico e localizado. Entretanto, apesar disso, ainda encontramos muitas pessoas que estão excluídas desse processo devido à dificuldade de acesso às redes telemáticas.

Por esse motivo, temos considerado que a integração da televisão com as redes sociais

torna-se uma nova possibilidade de busca de conhecimento, de um espaço onde cada ser possa mostrar seu valor e colaborar com a sua comunidade. As redes sociais têm se mostrado uma ferramenta de integração e compartilhamento de conteúdo de valor relevante e com um elevado número de usuários.

Considerando o nível de utilização da televisão e das redes sociais é interessante pensar em como essas mídias juntas podem diversificar o desenvolvimento

e o compartilhamento de conteúdo pelos telespectadores/usuários. Construir aplicações interativas para a TV digital que utilizem ferramentas de comunicação da internet abre novas possibilidades de acesso à educação, cultura e cidadania que incluem a participação de cada cidadão nesse processo de construção coletiva.

Para as TVs universitárias que estão inseridas na vida da comunidade em seu entorno, essa integração promoveria uma

modificação concreta na vida dos moradores que podem ter a oportunidade de observar e contribuir para a elaboração de uma grade de programação mais rica e voltada para as necessidades da comunidade. A televisão pode se tornar mais horizontal à medida que considera a participação dos usuários da internet, criando um espaço livre e plural em que os sujeitos têm autonomia para expor sua fala.

REFERÊNCIAS

CANNITO, Newton G.. A Televisão na Era Digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio. São Paulo: Summus, 2010.

IMASTERS. Argentina libera nova versão do middleware Ginga. 9/12/2012. Disponível em: <http://imasters.com.br/noticia/argentina-libera-nova-versao-do-middleware-ginga>. Acesso em 30/07/2012.

KINGHOST. Brasil está entre os líderes no consumo e na disposição para mídias sociais. 24/01/2013. Disponível em: < <http://blog.kinghost.com.br/2013/01/brasil-esta-entre-os-lideres-no-consumo-e-na-disposicao-para-midias-sociais/> > Acesso em 31/01/2013.

SOCIALITV. WeOnTv. 2012. Disponível em: <http://socialitv.web.ua.pt/index.php/projects/weontv/>. Acesso em 30/07/2012.

SLIDESHARE. Hábitos e Comportamento dos usuários de Redes Sociais no Brasil 2013. Disponível em: < <http://www.slideshare.net/Elife2009/pesquisa-estudo-de-comportamento-e-hbitos-de-uso-das-redes-sociais-2013> > Acesso em: 20/07/2013.

TAVARES, Olga M. A TV Universitária Digital Interativa & Redes Sociais: a convergência possível. Revista Verso e Reverso – v. 25 – nº 60, Rio Grande do Sul: Unisinos, 2011, p.165-171. Disponível em: <http://www.unisinos.br/revistas/index.php/versoereverso/article/view/ver.2011.25.60.03/597>. Acesso em: 20/05/2012

_____. A TV Pública Digital e a Convergência Comunitária. ECO-Pós – v. 12 – nº2, São Paulo: UFRJ, 2009, p. 98-109. Disponível em: [http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=viewFile&path\[\]=265&path\[\]=268](http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=viewFile&path[]=265&path[]=268) Acesso em: 10/05/2012

_____, O; NORONHA, K. 2011. Programas para TVDI: um estudo de caso de aplicações para TVDI. Revista Temática VII(2). Disponível em: http://www.insite.pro.br/2011/Fevereiro/tvdi_digital_interativa.pdf. Acesso em: 02/04/2012

_____, Olga. A televisão que se quer ver. Revista Culturas Midiáticas. PPGC/UFPB – Ano I. João Pessoa: Marca Fantasia, 2008.

UFPB. TV UFPB e Lavid participam de testes de TV digital com beneficiários do Bolsa Família. 23/10/2012. Disponível em: < <http://www.ufpb.br/content/tv-ufpb-e-lavid-participam-de-testes-de-tv-digital-com-benefici%C3%A1rios-do-bolsa-fam%C3%ADlia> > Acesso em 10/12/2012.

WEONTV. 2009. TV Social. Disponível em: <http://www.cetacmedia.org/index.php?q=project/Social>. Acesso em: 15/04/2012.