

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA POLITÉCNICA

VALDECIR BECKER

Ambiente de medição da audiência para TV digital

São Paulo

2011

VALDECIR BECKER

Ambiente de medição da audiência para TV digital

Tese apresentada à Escola Politécnica da Universidade de São Paulo para obtenção do título de doutor em Engenharia Elétrica.

Área de Concentração: Sistemas Eletrônicos

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Knörich Zuffo

São Paulo

2011

Este exemplar foi revisado e alterado em relação à versão original, sob responsabilidade única do autor e com a anuência de seu orientador.

São Paulo, 22 de agosto de 2011.

Assinatura do autor

Assinatura do orientador

FICHA CATALOGRÁFICA

Becker, Valdecir

Ambiente de medição da audiência para TV digital / V. Becker. -- ed.rev.--

-- São Paulo, 2011.

248 p.

**Tese (Doutorado) - Escola Politécnica da Universidade de
São Paulo. Departamento de Engenharia de Sistemas Eletrônicos.**

**1. Televisão digital 2. Medição de audiência I. Universidade de São Paulo.
Escola Politécnica. Departamento de Engenharia de Sistemas Eletrônicos II. t.**

FOLHA DE APROVAÇÃO

Valdecir Becker

Ambiente de medição da audiência para TV digital

Tese apresentada à Escola Politécnica da Universidade
de São Paulo para obtenção do título de doutor.
Área de concentração: Sistemas eletrônicos

Aprovado em:

Banca examinadora

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____ Assinatura: _____

AGRADECIMENTOS

Inicialmente, gostaria de agradecer ao meu orientador, Prof. Marcelo, aos professores e funcionários da Escola Politécnica da USP, sempre dispostos e contributivos durante esses quatro anos. Aos engenheiros do LSI-TEC Hilel Knopfholz Becher, Alfredo Maruffa e Flavio Alberto Lopes Soares, pelo apoio ao desenvolvimento deste trabalho. À professora Lúcia, e ao jornalista Renato, pelas valiosas dicas no exame de qualificação.

Ao professor, colega e amigo José Augusto, que mesmo sem saber, tem um papel importante nas discussões e debates sobre a área da comunicação, multidisciplinaridade e papel na psicologia no desenvolvimento de conteúdos audiovisuais. Ao professor Sebastião Squirra, grande amigo e incentivador.

Aos professores Guido Lemos e Luis Eduardo Cunha, que foram fundamentais na definição deste projeto e auxiliaram substancialmente durante os primeiros passos da pesquisa. Aos colegas professores da FAAP, Vagner Matrone e Artur Marques, pelas oportunidades oferecidas e desafios lançados.

Aos meus alunos, especialmente das pós-graduações da Universidade Metodista (cursos de TV digital), e da FAAP (Curso de Produção Executiva e Gestão da Televisão), que colaboraram com ideias e questionamentos sobre as teorias discutidas nesta tese.

À amiga Luciana Paim, pelo trabalho de revisão e ótimas sugestões de correção e abordagem.

Ao sr. Fazal Hussain Chaudhry, pela disponibilidade e constante apoio nas revisões, tanto dos artigos em inglês, quanto da versão final da tese.

À empresa ITV Digital, pelo apoio, principalmente na implementação do banco de dados.

Aos amigos e antigos vizinhos Luciano, Arlindo, Aldino, Dany e Rebecca, pela disponibilidade e presteza para participar dos testes.

Às dezenas de pessoas com as quais tive o prazer de conversar e discutir audiência e desenvolvimento de conteúdos, nestes últimos anos, em congressos, jantares, mesas de bar... Essas conversas foram fundamentais para consolidar algumas ideias de refutar outras.

À CAPES, pelo financiamento para participação em congressos internacional, através do Edital RH-TVD.

Finalmente, a duas pessoas sem as quais esta tese não teria se concretizado. Ao amigo de longa data e sócio em diversas empreitadas, Günter Herweg, que colaborou inúmeras vezes com linhas de código, sugestões e perguntas desconcertantes, que ajudaram no amadurecimento do projeto. E a minha esposa Alia, pelo incentivo, ajuda com desenhos e figuras, e principalmente, paciência com a bagunça e pilhas de livros espalhadas pelo escritório, cozinha, quarto, corredor...

Espero ter a oportunidade de, algum dia, retribuir essa ajuda. Obrigado.

RESUMO

BECKER, Valdecir. Ambiente de medição da audiência para TV digital. 2011. 247f. Tese (Doutorado). Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

Esta tese representa um esforço sistemático de investigar a audiência televisiva no âmbito do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD). Analisando as teorias atuais da audiência e suas técnicas de medição, percebe-se uma série de problemas em aplicar as mesmas na medição da audiência na TV digital. Além de permitir mais canais na mesma frequência espectral, a tecnologia digital possibilita o acesso ao conteúdo audiovisual por diversas formas e redes, gerando um aumento de opções para o telespectador. Esses aspectos não são contemplados pelas medições tradicionais. Com base nessa análise, propõe-se incluir nas medições de audiência o contexto em que ela ocorre. Ou seja, além dos números de pessoas assistindo à programação, propõe-se analisar as motivações que levam a audiência a ver determinado programa ou trocar de canal.

Para tanto, foi desenvolvido um novo modelo teórico para subsidiar a medição da audiência. Usando a teoria da atividade como arcabouço teórico, foram desenvolvidos perfis de usuário, que permitem segmentar as análises de audiência. Também foi incorporada a geolocalização, que relaciona a audiência com o local da recepção. Para os testes foi desenvolvido um sistema de medição de audiência, que colhe informações em tempo real e por software sobre o canal virtual que está sendo visualizado. As informações podem ser recuperadas por acesso web. Estando o Brasil em fase inicial da implantação da TV digital, estudos sobre a audiência nessa mídia podem colaborar na definição de novos modelos de negócio, direcionando os investimentos publicitários.

Palavras chave: TV digital, medição de audiência, contexto, perfis, geolocalização.

ABSTRACT

BECKER, Valdecir. Audience measurement environment for digital TV. 2011. 247f. Thesis (Doctoral). Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

This thesis represents a systematic effort to investigate the television audience in the Brazilian Digital TV System (SBTVD). Analyzing the current theories of the audience and their measurement techniques, we can see a lot of problems in applying them in the digital TV environment. Besides allowing more channels at the same frequency spectrum, digital technology enables access to audiovisual content in various forms and networks, generating increasing options for the viewer. These aspects are not covered by traditional measurements systems. Based on this analysis, this thesis proposes to include in the measurement techniques the context in which the audience occurs. That is, beyond the numbers of people watching TV schedule, it analyzes the motivations that lead the audience to see particular program or do a channel exchanging.

To that end, we developed a new theoretical model to support the audience measurement. Using activity theory as theoretical framework, user profiles were developed. It allows analysis of the target audience. We also incorporated geolocation, which relates the audience with the reception site. For the tests we developed a system of audience measurement, which collects real-time information by software about the virtual channel being viewed. Information can be retrieved by web access. With Brazil in the early phase of deployment of digital TV, studies on this media audience can help to define new business models, directing the advertising investment.

Keywords: digital TV, audience measurement, context, profiles, geolocation.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1. ESQUEMA COMPARATIVO DE TECNOLOGIAS. FONTE: ZUFFO (2011).	28
FIGURA 2. <i>PEOPLE METER</i> PORTÁTIL. FONTE: ARBITRON (2011).	47
FIGURA 3. APARELHO <i>PEOPLE METER</i> , COM CONTROLE REMOTO AO LADO. FONTE: IBOPE (2011).	49
FIGURA 4. FOCO DA MEDIÇÃO NA TV ANALÓGICA.	51
FIGURA 5. ESQUEMA DE TRANSMISSÃO DA TV CULTURA DIGITAL.	51
FIGURA 6. DISTRIBUIÇÃO DOS PONTOS A SEREM COMPARADOS NO SISTEMA PMS. FONTE: AIMC (2008).	53
FIGURA 7. PONTOS COM MAIOR LUMINOSIDADE QUE GERAM AS INFORMAÇÕES BINÁRIAS. FONTE: AIMC (2008).	54
FIGURA 8. COMPARATIVO ENTRE MEDIÇÃO BRUTA E CUMULATIVA. FONTE: WEBSTER; PHALEN E LICHTY (2006).	63
FIGURA 9. AUDIÊNCIA CONSOLIDADA. FONTE: SBT/IBOPE.....	69
FIGURA 10. RELATÓRIO DE AUDIÊNCIA MINUTO A MINUTO. FONTE: SBT/IBOPE.	71
FIGURA 11. EXEMPLO DE RELATÓRIO DE ACESSOS NA WEB. FONTE LOCAWEB (2011).....	81
FIGURA 12. CAUDA LONGA, DA MASSA PARA O NICHOS. FONTE: ANDERSON (2006).	100
FIGURA 13. NÍVEIS DE ATIVIDADE PROPOSTOS POR VIGOTSKY. FONTE: KAPTELININ E NARDI (2006).	111
FIGURA 14. SISTEMA DE ATIVIDADE PROPOSTO POR ENGESTRÖM (1987).....	113
FIGURA 15. MODELO DE INTERAÇÃO DO PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DE ARTEFATOS (ENGESTRÖM, 1987).	114
FIGURA 16. MODELO BASEADO NA EXPOSIÇÃO. FONTE: WEBSTER; PHALEN E LICHTY (2006).	129
FIGURA 17. MEDIÇÃO FOCA APENAS NO ESTADO DA TV, LIGADO OU DESLIGADO. FONTE: MCQUAIL (1997).....	131
FIGURA 18: ESTRUTURA E RELAÇÕES DA ATIVIDADE VER TV.....	138
FIGURA 19: MODELO BASEADO NO CONTEXTO.	152
FIGURA 20. ESTRUTURA DO CEP. FONTE: IBOPE (2011).....	160
FIGURA 21. DISTRIBUIÇÃO DAS REGIÕES DO CEP. FONTE: IBOPE (2011).....	161
FIGURA 22. REGIÃO POSTAL 1. FONTE: IBOPE (2011).	162
FIGURA 23. SUB-REGIÃO 13. FONTE: IBOPE (2011).	163
FIGURA 24. SETOR 131. FONTE: IBOPE (2011).....	164
FIGURA 25. SUBSETOR 1316. FONTE: IBOPE (2011).	165
FIGURA 26. DIVISOR 13165. FONTE: IBOPE (2011).	166
FIGURA 27. CONTROLE REMOTO, COM AS TECLAS PARA TROCA DE CANAL EM DESTAQUE..	171
FIGURA 28. TELA DE EXECUÇÃO DA APLICAÇÃO.	172
FIGURA 29. TELA DE IDENTIFICAÇÃO DO USUÁRIO.....	173
FIGURA 30. TELA INFORMANDO O MONITORAMENTO DA AUDIÊNCIA.....	174

FIGURA 31. TABELAS E PROCEDIMENTOS.....	176
FIGURA 32. AUDIÊNCIA MINUTO A MINUTO.....	177
FIGURA 33. AUDIÊNCIA CONSOLIDADA, COM PARTICIPAÇÃO.....	179
FIGURA 34. CONSULTA POR PERFIS.....	180
FIGURA 35. DETALHAMENTO DOS PERFIS.	181
FIGURA 36. MAPA DA CIDADE DE SÃO PAULO, COM AUDIÊNCIA POR REGIÕES.	182
FIGURA 37. ESTRUTURA DOS TESTES.....	183
FIGURA 38. INSTALAÇÃO DO RECEPTOR EM DOIS PONTOS DE MEDIÇÃO: QUARTO E SALA. ..	185
FIGURA 39. AUDIÊNCIA MINUTO A MINUTO.....	192
FIGURA 40. AUDIÊNCIA CONSOLIDADA E PARTICIPAÇÃO.....	194
FIGURA 41. PERFIL DE SEXO DO CANAL GLOBO.....	196
FIGURA 42. PERFIL DE IDADE DO CANAL GLOBO.....	197
FIGURA 43. PERFIL DE DEFICIÊNCIA DO CANAL GLOBO.....	197
FIGURA 44. PERFIL ON LINE DO CANAL GLOBO.	197
FIGURA 45. PERFIL DE TEMPO DE TV DO CANAL GLOBO.....	197
FIGURA 46. PERFIL NO BREACK DO CANAL GLOBO.	198
FIGURA 47. PERFIL DE COMPANHIA DO CANAL GLOBO.....	198
FIGURA 48. PERFIL DE RENDA DO CANAL GLOBO.	198
FIGURA 49. PERFIL TECNOLÓGICO DO CANAL GLOBO.....	199
FIGURA 50. COMPARATIVO DE PERFIS DA BAND.....	200
FIGURA 51. COMPOSIÇÃO DA AUDIÊNCIA DA RECORD, DAS 18 A MEIA NOITE.....	200
FIGURA 52. COMPARATIVO DE PERFIS DA AUDIÊNCIA DA TV GLOBO.	201

Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

