



Resultados da Pesquisa sobre Ações de Canais Televisivos para Integração com Mídias Digitais Realizada pelo Departamento de Multimídia da TV Unesp¹

Fernando Ramos GELONEZE²
Juliana da Silva RAMOS³
Patricia Basseto dos SANTOS⁴
Katherine Zuliani SCALIARIS⁵
Fabio CARDOSO⁶
Rafael Guimarães PEDROSO⁷
Leonardo Enrico SCHIMMELPFENG⁸
Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

RESUMO

Trabalho realizado por pesquisadores funcionários da Televisão Universitária Unesp (TV Unesp) como parte inicial da etapa de estruturação e desenvolvimento do setor Multimídia da emissora. Tem como objetivo demonstrar os resultados da pesquisa sobre ações em mídias digitais das empresas de comunicação que tem canais de televisão como seu principal meio de atuação. Os resultados são agrupados por áreas midiáticas focadas pela pesquisa: a *internet*, os dispositivos de comunicação portáteis e as televisões interativas.

PALAVRAS-CHAVE: televisão, multimídia, *internet*, dispositivos de comunicação portáteis, televisão interativa.

Introdução

O presente artigo pretende demonstrar os resultados da pesquisa realizada pelo grupo de funcionários da Televisão Universitária Unesp - TV Unesp como parte inicial da etapa de estruturação e desenvolvimento do setor Multimídia da emissora.

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre pelo Curso de Pós Graduação em Televisão Digital da Unesp - Bauru, email: fernandogeloneze@gmail.com.

³ Jornalista especialista em marketing do INPG - São José do Rio Preto, email: julianaramostv@gmail.com

⁴ Mestranda do Curso de Pós Graduação em Televisão Digital da Unesp - Bauru, email: patriciabasseto@yahoo.com.br

⁵ Bacharel em Comunicação Social: Habilitação em Radialismo (Rádio e TV) pela Unesp - Bauru, email: katherine.scaliaris@gmail.com

⁶ Licenciatura em Educação Artística pela Unesp - Bauru, email: fabio@fabiocardoso.com.br

⁷ Bacharel em Comunicação Social: Jornalismo pela Unesp - Bauru, email: rafaelgpedroso@gmail.com

⁸ Mestrando do Curso de Pós Graduação em Televisão Digital da Unesp - Bauru, email: leoericos@gmail.com



A emissora TV Unesp é um canal de televisão criado em 2006 pela Universidade Estadual Paulista "Julio de Mesquita Filho" sediada na cidade de Bauru - São Paulo. Dentre seus objetivos estão: a elaboração de programas de televisão culturais e educativos que atendam a comunidade. Ser um centro de pesquisas nas áreas de comunicação, tecnologia e educação. Colaborar com o desenvolvimento do Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre - SBTVD-T (objetivo também impulsionado por se tratar de uma emissora operando desde sua origem nesse padrão). Ser uma emissora interativa e conectada à diferentes meios de comunicação.

A partir dessa ótica, buscando atender esses objetivos - mais notadamente ao que se refere à interatividade e atuação em diferentes meios - foi criado, dentro da estrutura de organização e funcionamento da televisão Unesp, o departamento de Multimídia.

Criado no início do segundo trimestre de 2011 e contando atualmente com oito colaboradores atuando nas áreas de coordenação, produção e de tecnologia da informação, o Departamento de Multimídia tem como objetivo integrar o canal TV Unesp aos diferentes meios de comunicação. Para isso, o setor deve promover ações multimídias internas e externas, na emissora, apoiados no conceito de Levy (2000, pag. 68) que preconiza a utilização de diferentes meios de comunicação com função de complementaridade.

Tendo em vista seus objetivos, o desenvolvimento de suas ações, e a necessidade de estruturação do próprio setor, o Departamento de Multimídia iniciou suas atividades promovendo uma pesquisa a partir da seguinte situação problema: Com o surgimento e a recente consolidação de novos meios de comunicação, a televisão passou a ter necessidade de harmonizar-se com esses meios. Soma-se a esse fato, o processo de convergência de mídias preconizado por Jenkins (2009), que, potencializado pela digitalização, também incluiu o meio televisivo. Assim, tendo a televisão iniciado-se tardiamente nesse processo, de que forma as emissoras estão buscando se integrar as novas mídias?

Buscando responder a essa pergunta, o grupo realizou uma pesquisa sobre ações em mídias digitais de empresas de comunicação, que tem canais televisivos como seu principal meio de atuação. Os objetivos específicos foram identificar quais as áreas midiáticas focadas por essas empresas e quais as formas de expressão utilizadas.



Desenvolvimento da pesquisa

Após análises preliminares, foram estabelecidas as seguintes áreas midiáticas focadas pela pesquisa: a *internet*, os dispositivos de comunicação portáteis⁹ e as televisões interativas. Essas áreas foram escolhidas como recorte da presente pesquisa, por reunirem os meios com maior incidência de formas de expressão utilizados pelas canais televisivos. Também demonstraram conter o maior número de meios que buscam convergência com a televisão.

Para a escolha dos objetos de estudo, foi estabelecido o critério de reunir, ao menos, duas emissoras representantes de diferentes seguimentos televisivos para serem analisadas. Para o presente artigo foram selecionados dezesseis canais de televisão. Buscou-se com esse critério, contemplar emissoras com diferentes perfis e propostas de atuação variadas, reunindo assim, informações diversificadas, criando um espaço amostral satisfatório.

Foram analisadas seis emissoras internacionais, seis emissoras brasileiras abertas de abrangência nacional, quatro emissoras abertas regionais e quatro emissoras brasileiras por assinatura.

Segue abaixo a tabela demonstrando a quantidade de emissoras e seus diferentes segmentos.

⁹ Para esse artigo foi utilizada a definição de que Dispositivos de comunicação portáteis são quaisquer aparelhos capazes de transmitir, receber e reproduzir conteúdos comunicacionais, através de redes de transmissão de dados e possuam características de portabilidade. Os dispositivos que atendem a essa definição são: Celulares, *Smartphones* e Tablets. Fonte: GELONEZE, F. R. *Televisão Digital em Dispositivos Comunicação Portáteis: Desenvolvimento, Características e Potencialidades*. 2010. 109 p. Trabalho de Conclusão (Mestrado em Televisão Digital: Informação e Conhecimento) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), sob orientação da Prof. Dr. Juliano Maurício de Carvalho. Bauru (SP)



Tabela 01 - Reunião dos dados obtidos da pela pesquisa, por emissora

| | | |
|---|---|----------------|
| Emissoras Internacionais | American Broadcasting Company - ABC | Estados Unidos |
| | Columbia Broadcasting System - CBS | Estados Unidos |
| | British Broadcasting Corporation - BBC | Reino Unido |
| | Televisión Federal S.A. - Telefe | Argentina |
| | El Trece | Argentina |
| Emissoras Brasileiras Abertas de Abrangência Nacional | Sistema Brasileiro de Televisão - SBT | Brasil |
| | Rede Globo de Televisão | |
| | Televisão Record | |
| | Music Television Brasil | |
| | Cultura | |
| | TV Brasil | |
| Emissoras Brasileiras Abertas de Abrangência Regional | TV TEM | Brasil |
| | Emissoras Pioneiras de Televisão - EPTV | |
| | TV Prevê | |
| Emissoras Brasileiras Por Assinatura | ESPN | Brasil |
| | Discovery Channel | |

Os aspectos analisados foram reunidos em espaços temáticos atribuídos a cada emissora. As informações obtidas foram divididas de três formas. A primeira buscou contemplar as ações dos canais televisivos através da *internet*. Foram reunidas as informações acerca dos conteúdos oferecidos através de *web sites* e suas formas de distribuição e interação (como páginas de programas, redes sociais, conteúdos de vídeo por demanda, entre outros). A segunda focou as ações realizadas em dispositivos de comunicação portáteis, através da análise de conteúdos desenvolvidos pelas emissoras para celulares, *smartphones* e *tablets* (como transmissão da programação, interações por mensagens de texto, desenvolvimento de aplicativos, entre outros). A terceira contempla ações das emissoras voltadas para televisores conectados e/ou interativos¹⁰. Foram reunidas as informações sobre produção de conteúdos para o *middleware* do SBTVD-T, o Ginga, e para os diferentes sistemas proprietários dos fabricantes de televisores.

Resultados

Segue o resumo das análises individuais, por emissora, obtidas como parte das informações levantadas pela pesquisa:

¹⁰ **Nota do autor:** Ambas denominações são utilizadas pela indústria de aparelhos de televisão.



Emissoras internacionais

American Broadcasting Company - ABC

A emissora norte americana ABC desenvolve projetos para todas as plataformas analisadas. Praticamente todos os programas de televisão do canal contam com um grande leque de ações em diferentes mídias, e diferentes setores produtivos da emissora já estão integrados e produzindo conteúdos transmídia.

Para os meios que utilizam a *internet*, a emissora disponibiliza conteúdos de vídeo por demanda – através de seu site *ABC Play* – parciais ou completos. Também oferece diferentes ações interativas distribuídas por seus programas como jogos, enquetes, conteúdos adicionais, entre outros. Além disso, o canal está presente em redes sociais, entre elas, o site de relacionamento *Facebook* e o microblog *Twitter*.

Com as plataformas móveis, a emissora também trabalha disponibilizando conteúdos de vídeo por demanda – oferecidos para celulares, *smarthphones* e *tablets* através da aplicação *ABC Play Mobile* – parciais ou completos, buscando assim uma convergência entre plataformas *web* e portáteis. A exemplo do que o canal realiza com seu conteúdo audiovisual, ele também sincroniza suas ações interativas móveis através do desenvolvimento de aplicativos para sistemas operacionais de dispositivos de comunicação portáteis.

Para os aparelhos de televisão conectados, a ABC estuda algumas possibilidades de ações futuras, como por exemplo, a disponibilização de vídeos.

Columbia Broadcasting System - CBS

Situado nos Estados Unidos, o canal CBS elabora projetos para diferentes plataformas midiáticas a partir de cada programa de sua grade de programação, porém suas ações multimídia apresentam-se fragmentadas.

Em meios que utilizam a *internet*, a emissora disponibiliza alguns conteúdos interativos – como jogos, vídeos de bastidores, entre outros – através de sua lógica de organização baseada na individualização de ações por programas. Está presente nas redes sociais, principalmente através do *Facebook* e do *Twitter* e disponibiliza conteúdo audiovisual por demanda divididos entre sua página *CBS Videos* e os *sites* de suas atrações.



Nos meios portáteis, a CBS desenvolve aplicativos para *smartphones* e *tablets*, de alguns de seus programas, para distribuir conteúdos de áudio, vídeo e interativo.

A emissora ainda não oferece conteúdos para televisões interativas.

British Broadcasting Corporation - BBC

A emissora britânica BBC destaca-se por ter o maior número e variedades de ações analisadas pelos autores. Ela diversifica suas atuações multimídia por todos os meios utilizados pela pesquisa de maneira à convergir seus conteúdos e conectar-se diretamente ao seu público. Nota-se que o dinamismo e a sintonia entre os diferentes setores produtivos da emissora é alcançado graças às ações conjuntas de todos os profissionais envolvidos nas produções da emissora.

Suas principais iniciativas em mídias que utilizam a *internet* são a elaboração de enquetes, materiais extras e complementares de sua programação, além da disponibilização de um grande número de conteúdo audiovisual por demanda através de sua aplicação para vídeo, o *BBC IPlayer*. Outro ponto importante é sua presença ativa em redes sociais, a ressaltar o *Facebook* e o *Twitter*.

Para dispositivos móveis, a BBC oferece conteúdos como notícias, informações extras, vídeos e produtos interativos de seus programas através de páginas elaboradas exclusivamente para mídias portáteis. Ela também se faz presentes nessas plataformas através do desenvolvimento de aplicativos para dispositivos de comunicação portáteis.

Na área de televisão interativa, a BBC desenvolve projetos em duas frentes: a primeira trabalha com aplicações desenvolvidas para o sistema de televisão digital no qual ela opera, o *Digital Video Broadcasting – DVB*. Essas aplicações trazem conteúdos extras como enquetes, informações adicionais em programas de esporte, entre outros. A segunda frente, desenvolve serviços através de televisores que contém sistemas operacionais projetados por seus fabricantes e, assim, têm a capacidade de reproduzir conteúdos de comunicação interativos.

Televisión Federal S.A - Telefe

O canal de televisão argentino Telefe realiza ações multimídia pontuais e pouco incisivas. Porém no segundo semestre de 2011 tem desenvolvido algumas tentativas de promover sua integração com os meios digitais.



Para as mídias conectadas a *internet*, o canal tem promovido a integração de seu *site* com diferentes redes sociais, em especial com o *Facebook* e *Twitter*. Outra implementação da emissora, é o oferecimento de conteúdos audiovisuais por demanda nas páginas de seus programas.

Nos meios portáteis, a atuação da Telefe se restringe a algumas promoções através do envio de mensagens de texto pelas redes de telefonia celular.

A emissora não oferece conteúdos para televisões conectadas.

El Trece

O canal de televisivo argentino *El Trece* tem sua atuação multimídia muito semelhante ao Telefe, trazendo pouca alternativas de interação e baixa presença nas mídias digitais.

Com poucas ações em mídias de *internet*, o canal oferece alguns conteúdos audiovisuais por demanda nas páginas de seus programas, enquetes e possibilidades de interações através de redes, principalmente através do *Facebook* e *Twitter*.

A emissora não oferece ações em dispositivos de comunicação portáteis e também não tem atuação em televisores interativos.

Emissoras brasileiras abertas de abrangência nacional

Sistema Brasileiro de Televisão - SBT

O SBT é um canal com programação de entretenimento e informação. Ele tem buscado modernizar sua atuação multimídia diversificando suas atividades por diferentes meios digitais. Além de melhorar suas ações já existentes, a emissora busca novas áreas de atuação.

Nos meios voltados para a *internet*, o canal está expandido e reorganizando seus serviços de conteúdos audiovisuais por demanda através do portal SBT Vídeos. Além disso, a emissora passou a oferecer jogos em seus *web site*, promove integrações com o *Twitter* e oferece informações através de blogs de diversos programas.

Apesar de estar aumentando sua presença em plataformas digitais, o SBT promove poucas ações em dispositivos portáteis. Sua atuação limita-se a conteúdos



enviados por mensagens de texto e o oferecimento da programação através do tecnologia *One-Seg*¹¹ do SBTVD-T.

Para televisores interativos a emissora atua em duas frentes: a primeira diz respeito a elaboração de um portal interativo em Ginga, o *middiware*¹² do SBTVD-T. A segunda trata do desenvolvimento de uma aplicação, em parceria com a fabricante de televisores Sony, para disponibilizar conteúdos audiovisuais do canal para aparelhos conectados a internet.

Rede Globo de Televisão

A Globo é uma emissora de abrangência nacional voltada para o entretenimento e a informação. É o canal que oferece o maior volume de conteúdo multimídia das emissoras brasileira analisadas, porém, suas ações em redes sociais e de estímulo à interação com o usuário, de forma geral, não são muito utilizados pelo seu público alvo. A análise das informações apuradas pela pesquisa mostra que a emissora atua nos meios digitais divulgando os conteúdos produzidos pelo canal, mas produz pouco material inédito e interativo para essas mídias.

Em meios que utilizam a *internet*, o canal disponibiliza grande quantidade de conteúdos por demanda – através de seu programa Globo Mídia Center – em sua maioria pagos. Em redes sociais, com poucas ações, a emissora utiliza o *Facebook* e o *Twitter* em alguns programas. Em determinados casos, ela também oferece o recurso de envio de conteúdos dos telespectadores como vídeos, piadas, sugestões de pautas, entre outros.

No campo das mídias portáteis, a Globo disponibiliza informações de programas jornalísticos em sua página móvel. Para a veiculação de vídeos e conteúdos adicionais o canal desenvolve aplicativos para sistemas operacionais de *smartphones* e *tablets*, e também disponibiliza aplicações interativas e conteúdos audiovisuais através do sistema *One-Seg*.

¹¹ O nome *One-SEG* é uma referência ao fato de os sistemas de Televisão Digital brasileiro dividirem o sinal em 13 segmentos: 12 de alta definição e/ou multiprogramação e o 13º de baixa definição, próprio para dispositivos portáteis. Fonte: FÓRUM DO SISTEMA BRASILEIRO DE TVDIGITAL TERRESTRE. Glossário da TV digital, 2010. Disponível em: <<http://www.forumsbtvd.org.br/materias.asp?id=36>>. Acesso em 29 de maio de 2011.

¹² *Middleware* é uma camada de software posicionada entre o código das aplicações e a infra-estrutura de execução (plataforma de hardware e sistema operacional). Um middleware para aplicações de TV digital consiste de máquinas de execução das linguagens oferecidas, e bibliotecas de funções, que permitem o desenvolvimento rápido e fácil de aplicações. Fonte: GINGA.ORG. Sobre o Ginga., 2008. Disponível em: <<http://www.ginga.org.br/sobre.html>> Acesso em: 11 de junho de 2011



A Globo é uma das emissoras pioneiras na produção de conteúdos para televisores interativos. Utilizando os padrões do sistema de televisão digital brasileiro, ela produz conteúdos através diferentes aplicações em Ginga.

Televisão Record

Assim como a maioria das emissoras brasileiras, a Record - emissora que também tem uma programação voltada ao entretenimento e informação - tem suas estratégias multimídia fragmentadas por toda a sua programação. É comum encontrarmos programas na grade da emissora que contenham diversas ações para meios digitais, e outros que não possuem nenhuma.

Para ações midiáticas utilizando a internet, a emissora se destaca pela disponibilização de alguns conteúdos audiovisuais por demanda selecionados de sua programação. Também utiliza redes sociais como *Facebook*, *Twitter* e *Orkut* de forma desorganizada.

Nas plataformas portáteis, a Record oferece apenas conteúdos audiovisuais por *One-Seg* e envio de mensagens de texto para celulares.

Em televisores interativos, a emissora produz algumas aplicações em Ginga. Também estuda disponibilizar conteúdos para aparelhos conectados, porém ainda não existem ações concretas.

Music Television Brasil - MTV

Apesar de ser um veículo voltado para o público jovem e se auto-intitular “conectada”, a MTV Brasil é um canal, voltado para o entretenimento, com ações multimídia em fase de estruturação e desenvolvimento. Mesmo tendo uma evolução considerável no início do segundo semestre de 2011, onde vários serviços em mídias digitais foram lançados, ainda pode-se verificar fragmentações e pouca repercussão em suas atuações midiáticas.

O canal estrutura suas ações na *internet* de modo a entender cada programa de maneira individual. Embora tenha implementado um *site* de conteúdos audiovisuais por demanda, ainda existem grandes diferenças entre as ações multimídia oferecidas em diferentes setores da emissora. Como diferenciais a MTV Brasil oferece toda sua programação ao vivo em tempo real através de seu site, e promove integração entre as redes sociais – especialmente o *twitter* e o *Facebook* – com os conteúdos produzidos para a televisão, trazendo a informações desses meios para dentro de seus programas.



A MTV Brasil foi uma emissora pioneira na elaboração de conteúdos para plataformas portáteis. Ela oferece diferentes serviços para esses meios digitais como produção de conteúdo exclusivo, veiculação da programação ao vivo via *One-Seg* e internet, participação do público dentro da programação utilizando celulares, *smartphones* e *tablets*, e produção de aplicativos para os sistemas operacionais desses dispositivos.

Na área de televisores interativos e conectados, a emissora desenvolve aplicativos em Ginga, e, no início do segundo semestre de 2011, em parceria com fabricantes de aparelhos, passou a oferecer conteúdos audiovisuais para televisores conectados.

TV Cultura

A TV Cultura é uma emissora cultural e educativa ligada a fundação Padre Anchieta, que atende ao estado de São Paulo e outras localidades do país pontualmente. Ela está passando por um processo de reestruturação interna completa. Dentro dessa renovação, encontra-se a estruturação e desenvolvimento de um departamento multimídia elaborado com o objetivo de integrar a emissora a diferentes meios digitais.

O canal desenvolve ações na área de *internet* buscando integrar suas iniciativas de produção de conteúdos multimídia e levá-las a todos os programas de sua grade de programação. Assim, uma ação do Departamento de Multimídia da emissora é a criação do portal Cmais+ Cultura, que busca disponibilizar conteúdos interativos diversos e promover uma maior interação com seus espectadores. É através desse portal que a Cultura disponibiliza conteúdos audiovisuais por demanda de seus programas, disponibiliza algumas transmissões em tempo real e integra suas ações em redes sociais, especialmente as do *Facebook* e *Twitter*.

Apesar da existência de um departamento voltado para o desenvolvimento de ações multimídia, a emissora oferece apenas conteúdo audiovisual via *One-Seg* para dispositivos de comunicação portáteis.

Não há iniciativa do canal na área de televisões interativas e/ou conectadas.

TV Brasil

A TV Brasil é uma das emissoras mais empenhadas no desenvolvimento de conteúdos multimídia, principalmente nas áreas que se relacionam diretamente com o meio televisivo e de contato com seus espectadores. Além disso, a emissora mostra-se



empenhada em buscar soluções que integrem todos os programas televisivos produzidos por ela.

Nas ações via internet, o canal disponibiliza páginas e recursos multimídia para todos os programas, como serviços de bate-papo tipo *Chat*, conteúdos adicionais de fotos, de áudio, de vídeo, integrações com redes sociais, entre outros. É interessante destacar que a emissora desenvolve a estratégia de oferecer essas possibilidades de interação a todas as produções de sua grade, e cada programa utiliza essas interações com as mídias, de acordo com sua necessidade. Assim, a emissora viabiliza as ferramentas estimulando os produtores e o público a utilizá-las. A TV Brasil também apresenta um portal de conteúdos audiovisuais por demanda denominado WebTv. Nele podem ser encontrados conteúdos de diversas atrações de sua grade.

Nas plataformas portáteis a emissora não oferece muito material, transmitindo apenas sua programação em localidades com sinal de televisão digital através do *One-Seg*.

Já nos televisores interativos, a TV Brasil, muito provavelmente por ser uma emissora ligada ao governo, desenvolve diversos projetos multimídia baseados em aplicações para Ginga. Suas áreas de atuação variam desde aplicativos do próprio governo até propostas de interações de conteúdos de seus programas.

Emissoras brasileiras abertas de abrangência regional

TV Tem

A emissora é uma afiliada de Rede Globo e oferece conteúdos regionais para o interior do estado de São Paulo nas regiões das cidades de Rio Preto, Bauru, Itapetininga e Sorocaba, onde se encontra a sua sede. Suas ações multimídia são pontuais e muitas vezes desvinculadas do setor televisivo.

Para a *internet*, a emissora reúne suas ações através de seu portal denominado “temmais.com”. Porém, esse portal configura-se como um espaço de oferecimento de serviços através da *web* que, por vezes, não se relacionam com o conteúdo da emissora. Assim, são misturados pelo portal, conteúdos dos programas da grade da emissora, com outros serviços como: sessão de classificados, páginas de notícias, entre outros. Dessa forma, o canal fragmenta suas ações multimídia, sendo difícil a elaboração de uma estratégia consistente e coesa de ação em mídias digitais.



Como recursos, a TV TEM disponibiliza alguns conteúdos de vídeo por demanda e integra pontualmente alguns de seus programas a rede de microblog *Twitter* e blogs tradicionais.

Em ações direcionadas para dispositivos de comunicação portáteis a emissora oferece apenas o envio de mensagens de texto para celular. Em breve, com o processo de digitalização de sua transmissão, ela também oferecerá audiovisuais por *One-Seg*.

Na área de televisores interativos, a emissora apenas estuda retransmitir as aplicações em Ginga da Rede Globo.

Emissoras Pioneiras de Televisão - EPTV

A EPTV é uma retransmissora da Rede Globo situada no interior do estado de São Paulo e de Minas Gerais. Suas ações multimídia são básicas e contemplam apenas a replicação dos conteúdos produzidos pelo canal em outras mídias.

Nos projetos de *internet* a EPTV oferece um portal de conteúdos produzidos pela emissora, com área dedicada a divulgação de conteúdos de vídeos chamada EPTV Multimídia. Outra ação é a integração da emissora e de alguns programas com o microblog *Twitter*.

Para as mídias portáteis o canal apenas oferece a transmissão de seu conteúdo audiovisual por *One-Seg*.

Assim como a TV TEM, a EPTV traz apenas como ações em televisores interativos a retransmissão das aplicações em Ginga da Rede Globo.

TV Preve

A emissora regional de cunho cultural e educativo chamada TV Preve tem ações em multiplataformas modestas. Porém, dentro das suas possibilidades, o canal consegue levar aos seus telespectadores um conjunto de ações considerável.

Para as plataformas de mídia que trabalham com *internet*, o canal oferece recursos como enquetes, transmissão da programação ao vivo e por demanda, e algumas integrações com redes sociais através do *Facebook* e do *Twitter*.

Em plataformas portáteis a emissora oferece seu conteúdo audiovisual para celulares, *smartphones* e *tablets* através de fluxos de informação pela *internet*.

Na área de televisão interativa, o canal ainda não oferece serviços ou conteúdos.

Emissoras brasileiras por assinatura

ESPN Brasil

Uma das emissoras mais conectadas do conjunto pesquisado, a ESPN Brasil é um canal por assinatura segmentado para o público de esportes. Ela tem obtido sucesso em fidelizar e aumentar sua audiência. Suas ações em multiplataformas são elaboradas através um plano de mídias sociais e integradas à cadeia produtiva do canal televisivo.

Como estratégias para *internet*, a emissora elabora um portal de conteúdos de comunicação diverso - com textos, vídeos, imagens, entre outros - integrado às ferramentas de redes sociais que ela utiliza, mais notadamente, *blogs*, *Twitters* e *Facebook*. Além disso, o canal oferece uma área concentrada para seus vídeos na íntegra, onde, mediante a pagamento, os usuários tem acesso a todo os programas produzidos pela emissora. É interessante destacar que, além de oferecer essa integração com as plataformas, a ESPN Brasil utiliza as informações e comentários gerados pelos telespectadores para alimentar sua produção dos programas de televisão. Assim gera-se um ciclo produtivo onde a emissora e os usuários tornam-se parceiros.

Nas ações midiáticas em meios móveis, a ESPN Brasil criou um modelo de produção que entende os dispositivos portáteis, como plataformas autônomas - o ESPN Mobile. Assim, os conteúdos gerados para esses meios recebem tratamentos diferenciados para se adequarem as características das plataformas a que se destinam. Sob essa ótica, o canal oferece aos espectadores programas audiovisuais exclusivos e possibilidades de integrações distintas. Além disso, também produz aplicativos para os sistemas operacionais de *smartphones* e *tablets*.

Para televisores conectados, a ESPN Brasil oferece seus conteúdos através de aplicativos em aparelhos compatíveis com a tecnologia.

***Discovery Channel* Brasil**

O *Discovery Channel* Brasil é um canal por assinatura com programação destinada a gêneros de entretenimento e documental. Ela busca promover ações em multiplataformas com o principal objetivo de divulgar seus conteúdos e atrair telespectadores.

Para plataformas de *internet*, o canal disponibiliza conteúdos audiovisuais através de páginas com vídeos e fotos. A emissora também se integra a

redes sociais como *blogs*, *Twitter*, *Facebook* e *Orkut*, além de oferecer conteúdos interativos como jogos, enquetes, infográficos, entre outros.

Em meios portáteis, o *Discovery Channel* Brasil oferece o envio de conteúdos por mensagens de texto para celular e, em parceria com uma operadora de telefonia móvel, envio de programação audiovisual.

Na área de televisão interativa, o canal oferece conteúdos audiovisuais através de serviços de terceiros (aplicativo do portal de *internet* Terra).

Compilação de dados obtidos

A seguir, reuniremos em uma tabela, os dados estatísticos obtidos pelas pesquisas e apresentados no presente artigo.

Tabela 02 - Reunião dos dados obtidos da pela pesquisa, por emissora

| EMISSORA | MÍDIAS SOCIAIS | | ON DEMAND | AÇÕES INTERATIVAS | MOBILE | | BROADBAND TV | |
|-----------|----------------|---------|-----------|-------------------|--------|------------|--------------|-----------|
| | Facebook | Twitter | | | SMS | Site e App | Ginga | Broadband |
| ABC | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | - | Sim |
| CBS | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | - | Sim |
| BBC | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | - | Sim |
| Telefe | Sim | Sim | Sim | Não | Não | Não | Não | Não |
| El Trece | Sim | Sim | Sim | Não | Sim | Não | Não | Não |
| SBT | Não | Sim | Sim | Sim | Sim | Não | Sim | Sim |
| Globo | Não | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Não |
| Record | Não | Sim | Sim | Sim | Sim | Não | Sim | Não |
| MTV | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Não | Sim |
| Cultura | Sim | Sim | Sim | Não | Não | Sim | Não | Não |
| TV Brasil | Sim | Sim | Sim | Não | Não | Não | Sim | Não |
| TV TEM | Não | Sim | Sim | Não | Sim | Sim | Sim | Não |
| EPTV | Não | Sim | Sim | Não | Não | Não | Sim | Não |
| TV Prevê | Não | Sim | Sim | Não | Não | Sim | Não | Não |
| ESPN | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | - | Sim |
| Discovery | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim | - | Não |



Conclusão

Após a análise das informações reunidas pela pesquisa, os autores puderam elaborar algumas reflexões e indicar algumas tendências acerca das ações em mídias digitais de empresas de comunicação, que tem canais televisivos como seu principal meio de atuação.

Constata-se, que os projetos de integração entre canais de televisões e as demais mídias, mais notadamente as digitais, são geralmente fragmentados e desorganizados dentro das estruturas produtivas das emissoras.

As ações em multiplataformas promovidas pelos canais de televisão nacionais, em sua maioria, tem o objetivo de apenas levar os conteúdos produzidos do meio televisivo para outras plataformas, sem no entanto, readequarem esses produtos respeitando as características inerentes a cada um dos meios.

Ainda nesse sentido, são raras as emissoras que utilizam os conteúdos gerados pelos telespectadores em outras plataformas, como por exemplo, as redes sociais, para produzirem seus programas. Muito do esforço - e dinheiro - gasto pelas emissoras são subutilizados em função dessa postura.

Finalizando, o grupo de pesquisadores do Departamento de Multimídia da TV Unesp entende que é de fundamental importância o desenvolvimento de novos estudos acerca das ações de integração entre mídias digitais e canais televisivos, para que, futuramente, seja possível o desenvolvimento de um modelo de referência para organização e produção de conteúdos, integrando os processos televisivos aos das demais plataformas.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, A. (2002) **Multimídia: um conceito em evolução**, Revista Portuguesa de Educação, 2002, 15(1), pp. 245-268, Universidade do Minho

GELONEZE, Fernando. **Modelo de produção de aplicação interativa para Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre em Ginga**. In anais XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Caxias do Sul, RS. 2010.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas Mídias**. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Porto Alegre RS, 2004. Porto Alegre

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34 LTDA, 2000.