

Mais de 20% dos usuários de web móvel vêem TV no celular, diz estudo

A crescente necessidade de opções flexíveis de visualização para conciliar com novos estilos de vida está levando executivos de alto escalão a assistirem TV em laptops, PCs e terminais móveis, de acordo com um estudo comportamental sobre o consumo realizado pela Ericsson e a rede de TV americana CNN.

O levantamento, realizado entre a audiência on-line da CNN, também revelou que um número cada vez maior de líderes empresariais estão compartilhando conteúdo de vídeo gerado por usuários. Segundo a pesquisa, 56% dos participantes com internet móvel, acessam conteúdo on-line enquanto estão em movimento, por exemplo, via terminais móveis. Essa tendência reflete o crescente número de consumidores de alta renda com acesso a internet fora de casa ou do ambiente do escritório.

Cerca de três quartos (73%) da audiência on-line global da CNN compartilha conteúdo de vídeo gerado por usuários. De fato, 66% das pessoas com mais de 45 anos compartilham conteúdo de vídeo gerado por usuários, derrubando o mito segundo o qual essa atividade é apenas para jovens. Praticamente um terço (29%) dos pesquisados gravam clipes de vídeo em seus celulares. Reconhecendo o rápido crescimento do jornalismo cidadão, e talvez refletindo o aumento no número de plataformas sociais que oferecem o compartilhamento de vídeos, 16% dos participantes que compartilham conteúdo de vídeo gerado por usuários fazem isso com outros membros da comunidade digital.

Ainda segundo o estudo, 67% dos entrevistados têm o hábito de assistir TV no computador (desktop ou laptop) – índice que aumentou nos últimos três ou quatro anos – e quase um quarto (23%) diz que o hábito de assistir TV em terminais móveis também aumentou durante o mesmo período. A flexibilidade (71%) ou o desejo de assistir conteúdos “perdidos” (51%) foram citados como os principais motivos de assistir conteúdo da TV no computador.

O websites de marcas reconhecidas são os destinos on-line mais comuns entre os participantes que acessam conteúdo de TV on-line. Os das emissoras de TV (60%) aparecem como a principal escolha para acessar conteúdo de TV on-line. Em seguida, aparecem as áreas das emissoras em websites que compartilham vídeos, como o YouTube (13%).

A televisão ainda é o aparelho mais popular entre a audiência global da CNN. Trinta e cinco por cento assistem ao aparelho de televisão por mais de dez horas por semana, enquanto o período que passam diante do computador (9%) ou terminais móveis (5%) é bem menor.

“Essas pesquisas personalizadas oferecem informações valiosas que nos ajudam a capacitar os clientes para fazer marketing mais inteligente e eficiente”, comentou Max Raven, vice-presidente sênior de vendas de publicidade da CNN International. “Um exemplo vivo é a campanha de publicidade multiplataforma ‘Race-for-Growth’, criada pela CNN para promover a participação da Ericsson na Volvo Ocean Race. É uma solução completa que oferece ao cliente a oportunidade de se conectar com a audiência de consumidores high-tech e líderes empresariais da CNN, por meio do mouse, celular ou do controle remoto – em qualquer canto do planeta.”

A pesquisa foi realizada on-line nos sites CNN.com, CNN.com/international e CNNmoney.com, com 1.094 telespectadores on-line da CNN no mundo todo.

MAIS de 20% dos usuários de web móvel veem TV no celular, diz estudo. **TI Inside**, mar. 2009. Disponível em: <<http://www.tiinside.com.br>>. Acesso em 13 mar. 2009.