Valdecir Becker e Marcelo Zuffo

Medição de audiência na TV digital

Plataforma permite uma aferição mais precisa do consumo de mídia, inclusive da interatividade.

A digitalização da TV aberta traz problemas para a medição de audiência, mas também abre possibilidades para melhorar esta medição. Por um lado, novas técnicas precisam ser desenvolvidas para contemplar a transmissão digital em multiprogramação e em sistemas móveis e portáteis. Por outro, componentes computacionais permitem novas técnicas de medição, tornando-a mais eficiente.

A medição de audiência na televisão é baseada na freqüência sintonizada pelo aparelho da W. No Brasil é acoplado à televisão um audímetro, conhecido como People Meter, que identifica a freqüência sintonizada e envia as informações para uma central do Ibope. Ao ligar a TV, cada morador se identifica e o aparelho mapeia informações sobre canal assistido e tempo em que ficou sintonizado. Na cidade de São Paulo as informações são enviadas em tempo real. Nas demais praças com medição eletrônica, os dados são armazenados pelo People Meter e enviados no final do dia.

Para exemplificar, se o telespectador sintonizar o canal 2 na TV analógica, que corresponde à TV Cultura na cidade de São Paulo, o audímetro identifica a freqüência desse canal (54 MHz a 60 MHz) e envia a informação para o Ibope.

Na TV digital, cada emissora recebeu uma concessão adicional para transmitir simultaneamente o sinal digital e o analógico. A sintonia continua sendo feita pelos mesmos números, ou seja, a W Cultura é sintonizada pelo canal 2 também na TV digital, apesar de transmitir na freqüência 530 MHz a 536 MHz, que corresponde ao canal 24 UHF. Essa característica facilita a sintonia na TV digital, pois não é necessário memorizar novamente os números dos canais.

A grande diferença reside no fato da TV digital permitir mais canais na mesma freqüência, comparado à TV analógica, que permite apenas um. Esse recurso é conhecido como multiprogramação. Os canais adicionais são conhecidos como canais lógicos ou subcanais.

A TV Cultura, por exemplo, está transmitindo quatro canais na freqüência digital dela: TV Cultura (mesma programação da W analógica), TV Univesp, MultiCultura e One-Seg, voltado para receptores portáteis, mas possível de ser sintonizado por aparelhos fixos. Do ponto de vista técnico, é possível transmitir até oito subcanais na freqüência de 6 MHz, além do One-Seg.

Aplicando as técnicas tradicionais de medição à TV digital, seria possível identificar apenas que o telespectador sintonizou a freqüência do canal 24, ou seja, um dos canais oferecidos pela TV Cultura. Não há a possibilidade de detalhamento quanto ao subcanal: Cultura, Univesp, Multicultura ou One-Seg.

Para resolver esse problema, está em desenvolvimento no Laboratório de Sistemas Integráveis da Escola Politécnica da USP um sistema de medição de audiência baseado em software que identifica os canais visualizados a partir de informações transmitidas pelas emissoras de TV. Esse software é executado no próprio receptor digital, sem qualquer interferência na audiência ou necessidade de equipamentos/controles

Valdecir Becker é doutorando na Poli/USP e diretor da ITV Produções Interativas. Marcelo Zuffo é professor titular da USP.

A utilização desse artigo é exclusiva para fins educacionais

remotos adicionais, como acontece hoje com os audímetros analógicos. O software pode tanto já vir instalado nos receptores como ser transmitido pelo ar, junto com a programação da TV.

O receptor digital, também conhecido como set-top box, é um computador do ponto de vista do funcionamento, pois tem processador, memória, capacidade de armazenamento e acesso à Internet. Assim, as informações colhidas pelo software medidor podem ser armazenadas ou enviadas em tempo real para um banco de dados da própria emissora ou do instituto medidor. O envio dos dados coletados pode ser feito por qualquer rede, como ADSL, 3G, telefone fixo ou celular.

Enumeramos alguns benefícios deste sistema:

Facilidade - A medição feita por software possibilita uma identificação mais rápida e tranqüila para o telespectador. Permite também identificar perfis de audiência e contextos em que a TV está ligada. A identificação das pessoas diante da W pode ser feita pelo mesmo controle remoto do receptor, através de um menu na tela da TV.

Redução de custos da medição - Por ser um sistema baseado em software, o acréscimo no custo do receptor é pequeno.

Flexibilidade - O software pode ser atualizado remotamente para incluir novas ferramentas, como medição em gravadores digitais. Além de armazenar informações sobre o momento da gravação, a identificação do programa assistido em outro horário é automática. Pode-se analisar em que momento cada programa foi assistido ou apagado do gravador. Além disso, é facilmente expansível para contemplar medições em aparelhos de DVD, Blu-ray ou arquivos baixados na Internet e visualizados na TV. Basta que esses dispositivos sejam ligados ao set-top box.

Detalhamento dos dados - Como tem capacidade de armazenamento, o set-top box pode guardar informações detalhadas sobre o perfil da audiência, incluindo localidade do receptor, idade, sexo, interesses, tipo de TV e programas assistidos. Essas informações são úteis para compreender o interesse da audiência por determinados temas, o que permite analisar melhor o impacto do conteúdo. Pode-se relacionar facilmente programas de diferentes canais e tempo em que cada um ficousintonizado.

Segmentação - Pode-se usar o sistema para fazer outras pesquisas, apenas respondendo perguntas usando o controle remoto. O perfil da audiência ajuda a determinar tipos de amostragem e garante as métricas estatísticas. As pesquisas podem ser enviadas pelo canal de comunicação com o banco de dados.

Aumento da amostragem - Atualmente são 700 pontos de medição de audiência em tempo real na cidade de São Paulo. Esses equipamentos geram os índices que compõem o cerne das análises de audiência, uma vez que toda a estrutura das emissoras está baseada nas informações vindas de São Paulo. No Brasil inteiro são aproximadamente 3,5 mil residências medidas, cujos dados são totalizados com pelo menos um dia de atraso. Esse número é pequeno comparado com amostras de outros países, que não raramente ultrapassam três mil residências por cidade.

Medição individual - Cada emissora pode auferir a própria audiência, pois a única despesa é o software e o envio dos dados. Esse recurso pode ser muito mais útil para os departamentos artísticos do que para os comerciais. É possível identificar claramente e em tempo real se o comportamento da audiência está de acordo com o público alvo do programa.

A emissora pode enviar pelo ar um aplicativo desenvolvido para o middleware Ginga solicitando a autorização para a coleta das informações (para estimular a participação pode-se sortear prêmios entre os participantes). A partir desse momento, toda vez que a emissora for sintonizada, o software é executado e envia as informações para um banco de dados. Nesse caso, a única restrição é possuir um canal de retorno conectado ao receptor.

Medição da interatividade - A medição de audiência baseada em software pode incluir o uso da interatividade, armazenando informações sobre o uso das aplicações, tempo que as mesmas permaneceram na tela, os passos que o telespectador fez e o tempo que levou para completar as tarefas. Isso permite uma avaliação objetiva do interesse despertado pela interatividade, algo essencial em um momento em que as emissoras ainda buscam modelos de conteúdo e de negócio para esse recurso.

Engajamento - Trata-se de um termo relativamente novo no mundo da televisão, que busca direcionar os anúncios conforme o interesse despertado pela programação. Quanto maior for a atenção e o interesse do telespectador no programa, menor será a possibilidade de zapping durante o intervalo comercial. O software permite identificar facilmente se houve zapping e o tempo de sintonia de cada canal. Ou seja, o que despertou o interesse no telespectador em outros canais.

A identificação do engajamento pode ser feita com mais facilidade em programas interativos. Ao saber se o telespectador interagiu em determinada programação, é possível inferir a atenção e o interesse que ele está dispensando ao programa. Essa informação é essencial para o anunciante avaliar o impacto e o consumo da marca.

Concluindo, não é preciso ressaltar que essa nova forma de medição traz problemas éticos e morais sobre a privacidade da audiência. Na Internet esse tema é bastante polêmico. Na Europa vários sistemas de medição digital da audiência foram descartados devido à invasão de privacidade. No Brasil será necessário desenvolver modelos para que o telespectador possa escolher enviar ou não as informações.

O SET-TOP BOX PODE GUARDAR INFORMAÇÕES DETALHADAS SOBRE O PERFIL DA AUDIÊNCIA

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais

BECKER, Valdecir; ZUFFO, Marcelo. Medição de audiência na TV digital. **Tela viva**, São Paulo, ano 18, n. 198, p. 38-39, out. 2009.