

## **Endemol e Facebook aproximam TV e internet**

*Tim Bradshaw e Mehreen Khan*

Os espectadores britânicos do programa "Big Brother" que desejarem expulsar algum participante inoportuno em breve terão condições de votar pelo Facebook, no mais recente sinal de como a televisão pode ser complementada pelos sites de relacionamento social.

A produtora de TV Endemol usará o sistema de micropagamentos Facebook Credits, pelo qual a rede social fica com uma comissão de 30%, em suas votações, além dos modelos tradicionais, por telefone e mensagens de texto.

Para o Facebook, o acordo dá um impulso bem-vindo à sua moeda virtual, dentro dos esforços da empresa para ir além da venda de itens virtuais para jogos - como tratores para o "Farmville", da Zynga -, em direção a outros tipos de artigos digitais. A BBC começou a vender episódios de programas como "Top Gear" e "Doctor Who" por meio do Facebook Credits, paralelamente a experiências similares de estúdios como a Warner Brothers.

A Endemol informou que a votação pelo Facebook será permitida no atual "Celebrity Big Brother", no Channel 5 do Reino Unido, mas que alguns detalhes, como o preço, ainda não foram confirmados.

A aliança fará do "Big Brother" o primeiro programa de TV do Reino Unido a usar o Facebook Credits em votações, depois de experiências similares na Turquia e Alemanha, que também devem ser repetidas em outros lugares da Europa, onde os espectadores estão mais acostumados a pagar para votar que nos Estados Unidos.

Christian Hernandez, diretor de desenvolvimento comercial internacional do Facebook, disse ao "Financial Times" que na atual série alemã do "Big Brother", entre 8% e 10% dos votos são feitos por meio do Facebook.

Hernandez, que falou no Festival Internacional de Televisão de Edimburgo, na Escócia, disse acreditar que a votação no Facebook é um bom complemento para a forma tradicional de voto na Alemanha, por telefone. "Os bate-papos que ocorrem nas redes sociais enquanto as pessoas veem televisão têm valor para a emissora, para os anunciantes e para nós", disse.

Alguns grupos de mídia, no entanto, continuam receosos com a entrada de nomes como Facebook e Google em seus mercados, particularmente no que se refere a quem fica com o controle do relacionamento com o espectador. A votação no "Big Brother" ocorre por meio de um aplicativo disponível na página do programa no Facebook. Para votar, os membros da rede social precisam depositar dinheiro real em suas contas de Credits. Cada voto é compartilhado com os amigos. "Não é o voto solitário, em que se pega o telefone; é distribuição viral, o que, quem sabe, pode levar mais pessoas a votar", disse Hernandez.

O Ofcom, órgão regulador do setor de mídia no Reino Unido, anunciou na semana passada o início de um projeto-piloto, de um ano de duração, que possibilita o uso de sites e aplicativos em aparelhos móveis como formas de votação e inscrição de espectadores.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 29 ago. 2011, Empresas, p. B3.**