

SMS ou TV?

A emissora francesa "Tchatche TV" é um canal via satélite, que produz uma série de programas sobre variedades, comportamento, cinema, música e video-games, destinados aos adolescentes daquele país. Entretanto, o canal se diferencia pelo uso do SMS em seu formato: os programas são transmitidos em um pequeno espaço no canto superior da televisão, enquanto o restante da tela fica disponível para a transmissão de mensagens curtas, enviadas pelos telespectadores.

São milhares de mensagens enviadas diariamente, que sobem na tela como créditos de filmes. Os adolescentes enviam um SMS *premium* e esperam suas mensagens irem ao ar. O dinheiro arrecadado com o envio dos SMS complementa a receita de publicidade para a produção dos programas e operação do canal.

<http://www.compera.com.br/Newsletter/mbrasil-ago-04.htm#smstv> consultado a 27/06/2005



«SMS-chat»

Ils tchatchent par la télé

En Suisse comme en France, les chaînes se lancent dans ce nouveau service. Public ciblé: les 15-25 ans, amateurs de cinéma, de musique et de jeux vidéo. ciblé: les 15-25 ans, amateurs de cinéma, de musique et de jeux vidéo. Par Pierre Grosjean / Largeur.com

L'Hebdo, 22 juillet 2004

La TV n'a pas fini de muscler les pouces. Après la télécommande, c'est maintenant le portable qui mobilise les phalanges des téléspectateurs. Les SMS défilant au bas de l'écran des talk-shows n'étaient qu'une première étape: les chaînes de télévision organisent aujourd'hui de véritables «chat-rooms» surtaxées.

Pionnière du genre, Tchatche TV émet depuis Toulouse et via Canalsatellite un programme qui vise un public-cible de 15-25 ans. Ses émissions consacrées au cinéma, à la musique et aux jeux vidéo sont réduites à une petite fenêtre au coin de l'écran, le reste de l'image étant occupé par les messages qui défilent comme un générique de film. Tous les téléspectateurs sont invités à se joindre à la discussion. Ce sont leurs SMS surtaxés qui financent le programme. «Nous touchons 60% de la surtaxe, fixée à 0,35 euros, le reste va à l'opérateur, explique Eric Lafforgue, directeur des contenus de 123-Multimedia, l'entreprise qui produit Tchatche TV et qui a développé la plate-forme technique. Nous recevons chaque jour quelques milliers de messages.»

Le grand défi pour le diffuseur est évidemment d'empêcher les messages obscènes. «Nous avons deux niveaux de contrôle, poursuit Eric Lafforgue. Il y a d'abord un logiciel qui filtre tous les mots déviants, racistes, en rapport avec la prostitution ou avec la drogue. Et comme cela ne suffit pas, nous employons pas moins de 130 personnes, salariées à temps partiel, pour surveiller les débats. Ce qui représente 15% de nos coûts. Preuve que ça marche: nous avons entre 35 et 40% de femmes dans nos chats. Elles ne seraient pas là si les messages n'étaient pas filtrés.»

Version romande Tchatche TV complète ses revenus avec la publicité, qui concerne surtout ses propres services de sonneries ou de logos pour téléphones mobiles. «Les gens se comportent comme des «couch-potatoes» (patates de sofa, ndlr), dit Eric Lafforgue. Nous avons essayé de leur proposer d'envoyer les messages depuis leur PC, mais quand ils sont installés devant leur télé, ils ne veulent pas utiliser autre chose que leur portable.»

A Ecublens (VD), TVM3 vient d'inaugurer un dispositif similaire permettant aux téléspectateurs romands de faire passer leurs SMS à l'écran. «Pour l'instant, ce sont des messages autonomes: nous en recevons environ 250 par jour, en une heure d'émission, ce qui nous donne une idée de notre audience, explique le directeur Fabien Aubry. Mais d'ici à quelques semaines, nous organiserons de véritables chats, dans l'après-midi et en début de

soirée.» Chaque SMS envoyé rapporte 50 centimes, répartis en parts quasi-égales entre l'opérateur, la société genevoise Echovox (qui a développé la plate-forme technologique) et la chaîne. «Ce revenu nous permet d'autofinancer le système», dit Fabien Aubry.

<http://www.hebdo.ch/index.cfm?id=1161> consultado a 27/06/2005

MOBILIDADEBRASIL

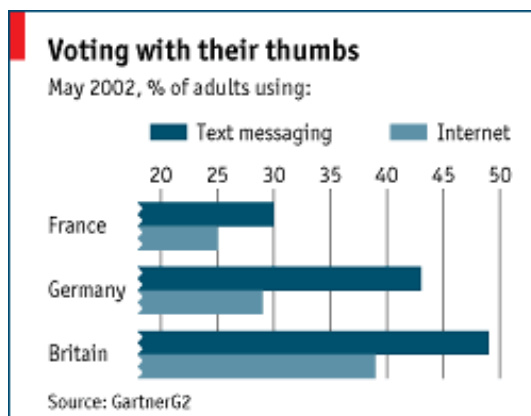
Brasil, 25 de Novembro de 2002 - número 3 - ano 1, Compera.

Direcção de Paulo Henrique Ferreira

SMS na TV

Uma recente matéria publicada pela revista britânica "The Economist" revela o crescimento da utilização do recurso de mensagens curtas de texto (SMS) na Europa, sobretudo relacionado a programas de televisão que interagem com seus espectadores.

Desde de programas reality show como "Big Brother", passando por programas de auditório, músicas e até boletins de notícias, os espectadores podem votar, participar, responder questões e fazer comentários via SMS. O instituto de pesquisa Gartner revela que 20% dos adolescentes na França, 11% da Inglaterra e 9% da Alemanha já mandaram SMS para programas de TV. O gráfico abaixo revela que o índice de participação via SMS em programas de TV já superou o índice de participação via internet.



Segundo Adam Daum, membro do Gartner, "esta é uma forma muito natural de interação", pois ao invés de ligar o computador, acessar a internet e mandar um e-mail, o espectador pode enviar uma mensagem via celular, sentado no sofá, concentrado na programação.

Esta tendência, além de alavancar a audiência de programas como o "Videoclash", da MTV alemã, que convida seus espectadores a escolherem um dentre dois vídeo clipes rivais, aumenta sensivelmente o tráfego de SMS na rede e, por consequência, a receita gerada por este movimento.

O já citado "Videoclash" chegou a gerar 40 mil mensagens curtas em apenas uma hora. Um outro programa da Bélgica, um jogo de perguntas e respostas chamado "1 contra 100", atraiu 110 mil jogadores de todo o país via SMS em apenas um mês. Estas iniciativas geram recitas consistentes, pois o preço da mensagem varia entre 0.30 a 1 Euro. A última edição britânica de "Big Brother" gerou uma receita de £ 1.35 mil apenas com os votos via SMS.

Estas iniciativas, além de popularizar efetivamente o uso de mensagens curtas, permitem aos espectadores e aos canais de televisão começarem a desenvolver, com ferramentas tecnológicas simples, de fácil utilização e relativamente baratas a tão prometida "TV interativa".

<http://phoferreira.sites.uol.com.br/MBrasil0103.htm> (consultado a 08/12/2005).

Publicidade

Contributo dos SMS (Short Message Service) para o crescimento das receitas publicitárias nas emissoras televisivas em sinal aberto na Europa

O uso de SMS-TV (SMS utilizados em programas de televisão interactivos) pelas emissoras televisivas europeias em sinal aberto está a impulsionar as suas receitas publicitárias e a possibilitar uma recuperação no sector.

Neste princípio de milénio e ao contrário da pay-TV que apresentou um crescimento na ordem dos 12%, as emissoras televisivas em sinal aberto têm sentido enormes dificuldades em conseguir atrair o investimento publicitário. Estas são conclusões de um estudo levado a cabo pela The McKinsey. Contudo, segundo a mesma fonte, esta tendência está a inverter-se, em grande parte, devido à utilização de SMS[1] (que dinamizam as audiências e as receitas publicitárias) pelas emissoras de TV em sinal aberto.

Uma investigação realizada pela mesma fonte a utilizadores de telemóveis na Bélgica, na França, na Holanda, na Escandinávia, na Espanha e no Reino Unido revelou que 42% dos indivíduos (e 70% dos adolescentes) se interessam pelas formas de interacção disponibilizadas pelos SMS-TV.

Segundo o mesmo estudo, de momento, as receitas publicitárias criadas pelos SMS-TV representam 2% do total de receitas publicitárias (22 mil milhões de €) geradas pelo mercado europeu das emissoras de TV em sinal aberto.

No entanto, de acordo com o The McKinsey Quarterly, o investimento publicitário neste suporte tende a aumentar. Os SMS-TV têm um carácter interactivo, dinamizam a relação estabelecida entre a TV e o seu público-alvo e reforçam os índices de fidelidade dos mesmos. Segundo a mesma entidade, alguns programas, afectos a emissoras televisivas europeias em sinal aberto, que adoptaram os SMS-TV conseguiram aumentar as suas audiências em cerca de 20 pontos percentuais.

Quanto aos aspectos que urge ultrapassar pelos SMS-TV, Jacques R. Bughin, Director no Mckinsey Brussels Office, destaca as dificuldades negociais registadas entre as emissoras de TV e as operadoras de redes móveis e o conseqüente desacordo relativamente à distribuição das receitas.

[1] De acordo com a McKinsey Quarterly, 75% dos europeus tem telemóvel e os SMS são o suporte de conversação mais utilizado/preferido pelos jovens europeus com idades compreendidas entre os 16 e os 30 anos.

http://www.obercom.pt/2004/artigos_print.asp?id_noticias=1007 (consultado a 08/12/2005).

18/10/2005

Celular possibilita interagir com a televisão

Espectador envia mensagens SMS para expressar sua opinião ou concorrer a prêmios

Os programas de TV estão incentivando cada vez mais o uso do celular para promover a interatividade com o telespectador. O famoso “paredão” do programa Big Brother Brasil é um exemplo, pois era possível enviar um SMS para votar pela eliminação de um participante.

O programa Esporte Interativo (www.band.com.br/ei), da TV Band, explora ao máximo essas possibilidades de interação. Quando a bola está rolando no campo, é possível enviar mensagens de texto pelo celular, que serão exibidas num rodapé da tela, enquanto a partida de futebol é exibida.

Os torpedos também servem para ganhar prêmios. O plano de fidelidade do Esporte Interativo, com 500 mil inscritos, soma pontos a cada ação de interatividade e dá prêmios. Quem participa do quiz (teste) via celular, acumula 10 pontos a cada resposta correta, por exemplo.

O programa recebeu 2,7 milhões de torpedos no mês de agosto. “É ótimo saber o que o telespectador pensa e quer”, diz Milton Turolla, diretor de Comunicação da TV Band. “Pretendemos expandir essa ferramenta para toda a nossa programação.”

A novela Floribella, também da Band, estimula o uso de SMS. “Os espectadores já decidiram pelos torpedos com quem a personagem iria ficar”, conta Turolla. “O resultado da votação interferiu na trama da novela.”

NOTÍCIAS E PIADAS

Horóscopo, cotação do dólar, previsão do tempo, placar de campeonatos de futebol, piadas e até mensagens do papa. Seja qual for seu interesse, é possível receber torpedos com informações específicas no seu celular. O serviço é oferecido pelas operadoras e empresas que fornecem conteúdo para celulares, como a Ligaki (www.ligaki.com.br). A empresa faz circular 400 mil SMS por mês, por conta de clientes que recebem notícias e participam de votações, enquetes e outros serviços do site.

Clientes da TIM que têm celular compatível podem assinar os Canais Multimídia e receber MMS como grandes lances do futebol, quadrinhos do Snoopy e notícias com imagens.

Os torpedos também servem para diversão. Há diversos jogos em que o comando é dado por SMS. Um exemplo é o game Ego, oferecido pela Claro, um tipo de tamagochi em forma de gente, que vive de acordo com os comandos enviados por torpedo. Segundo o diretor de Serviço Agregado da Claro, Marco Quatorze, esses jogos estimulam o tráfego de 25 milhões de mensagens por mês.

A gincana Vivo em Ação 2, criada pela operadora Vivo, contou com 1,5 milhão de inscritos. Os participantes eram desafiados a completar tarefas de diversas maneiras, entre elas enviando mensagens pelo celular. O prêmio oferecido foi de R\$ 100 mil em ouro.

O SMS pode ajudar a encontrar sua cara metade. Com o Vivo Cupido, o pretendente envia uma mensagem SMS para a operadora, definindo o perfil da pessoa que deseja encontrar. O sistema envia uma resposta quando localizar uma pessoa compatível. Serviço semelhante é oferecido também pela operadora Claro. K.A.

http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=5281 (consultado a 08/12/2005).

BdE - Blogue de Esquerda (II) - R.I.P.

POLÍTICA, CULTURA, IDEIAS, OPINIÕES, MANIFESTOS & ETC (envie os seus contributos e sugestões para blogue_de_esquerda2@yahoo.com). Este blogue é mantido por José Mário Silva e Manuel Deniz Silva. Colaboradores permanentes: Filipe Moura, Francisco Frazão, Jorge Palinhos, José Luís Peixoto, Luis Rainha, Margarida Ferra, tchernignobl
maio 06, 2004

SMS TV

Ontem, prestei pela primeira vez atenção a um canal que, há uns meses, a TV Cabo achou por bem levar até minha casa: a SMS TV. Trata-se, tão somente, de um chat room televisivo, aberto a participações via sms (a um custo unitário de 20 cêntimos).

Claro está que o sexo é o único tópico de conversa. Uns minutos de observação bastam para se entender a coisa: há o "mainante", a "mtmeiga" e uma horda de outros nicks, alguns imaginativos, outros apenas funcionais e urgentes; há uns veteranos que dominam códigos próprios; há pares ou trios de criaturas desamparadas a estabelecer e desfazer conversas com a pressa de amibas com cio. Assim de repente, dir-se-ia um grupo de auto-ajuda destinado a tarados recidivos, só que a funcionar em roda-livre por ausência do psiquiatra e de qualquer outra entidade moderadora.

Entre os pedidos de "ninas" e "ninos" para "tclar", "trocar msgs kentes" (e até coisas menos mediadas pela tecnologia), assiste-se ali ao espectáculo acabrunhante da negação total da privacidade. Na SMS TV, a comunicação é em si espectáculo; transcende a sua ambição utilitária e oferece-se ao gozo do voyeur como uma superfície lúdica e mesmerizante que não oculta qualquer profundidade ameaçadora. Ali, tudo é o que parece.

Sei bem que existem milhares, senão milhões, de paragens similares disseminadas pelo ciberespaço. Mas parte da estranheza deste canal provém precisamente da sua acessibilidade universal. E também da deformação que impõe à pacatez dos nossos televisores: de passivos terminais de manso entretenimento passam a arenas onde combatem desejos, vícios, solidões. E onde até nós podemos, sem dificuldade, aceder à condição de gladiadores.

A SMS TV é obscenidade em estado puro: a "cena" que se desloca até expor o que deveria continuar privado. As pulsões, as taras, as carências, as vidas alheias. Tudo é dissecado pelo espectador, sem remorso nem apreensões. Nenhuma curiosidade nos é interdita, nenhum esforço nos é solicitado para vislumbrar aqueles trânsitos de desejos, isentos de vergonha ou pudor. Nada nos impede sequer de pegar num telefone e contactar de viva voz

um dos intervenientes no show (se bem que nunca seja esse o objectivo declarado: a segurança relativa das mensagens é preferida).

Apenas resolvi escrever sobre esta tristeza tão trivial quando li no ecrã negro da SMS TV uma frase diferente, quase perdida entre convites, desafios, parafilias variadas. Uma mensagem que de súbito iluminou todas as outras num clarão definitivo e implacável: "Estou farto de estar sozinho."

Publicado por Luis Rainha

<http://bde.weblog.com.pt/arquivo/009603.html> (consultado a 08/12/2005).

Espanha testa televisão-móvel

2005-12-22, Fonte: EFE

Cerca de 150 utilizadores da Comunidade Valenciana vão participar nas experiências do novo serviço móvel em Espanha.

As empresas Abertis Telecom, Radiotelevisión Valenciana, Nokia e Vodafone revelaram hoje, em Valência, os últimos pormenores do primeiro teste-piloto de recepção de televisão no telemóvel, que arrancará com 150 utilizadores daquela região e se prolongará, pelo menos, até Abril do próximo ano.

Esta experiência de televisão digital no telemóvel pretende explorar as oportunidades de novos serviços que podem ser desenvolvidos a partir da televisão móvel sobre a tecnologia DVB-H (Digital Video Broadcasting-Handheld).

Terminada a fase de ajustamentos técnicos e definição dos serviços, os 150 utilizadores, equipados com um terminal Nokia 7710 e um acessório concebido especialmente para receber o sinal de televisão no telemóvel, terão acesso a conteúdos interactivos, serviços associados ao telemóvel e até 14 canais com programas de alta qualidade.

A experiência conta também com a participação de grupos de televisão como a Antena 3 TV, Net TV, RTVE, RTVV, Sogecable, Telecinco e Veo TV.

Aproveite para conhecer melhor no nosso expositor o Nokia 7710.

<http://www.telemoveis.com/news/item.asp?id=20375> (consultado a 27/12/2005).