



Ligia Amorim Rizzo

**TV Digital em Aparelhos Portáteis:
Oportunidades entre os Consumidores de Baixa Renda**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas.

Orientador: Prof. Paulo Cesar de Mendonça Motta

Rio de Janeiro,
Dezembro de 2009



Ligia Amorim Rizzo

**TV Digital em Aparelhos Portáteis:
Oportunidades entre os Consumidores de Baixa Renda**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Paulo Cesar de Mendonça Motta

Orientador

Departamento de Administração - PUC-Rio

Prof^a. Angeluccia Bernardes Habert

Departamento de Comunicação Social - PUC-Rio

Prof^a. Irene Raguenet Troccoli

Universidade Estácio de Sá

Prof. Nizar Messari

Vice-Decano de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 04 de dezembro de 2009

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador

Ligia Amorim Rizzo

Graduou-se em Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda pela PUC-Rio em 1998 e concluiu o curso de pós-graduação em Marketing pelo IBMEC em 2001. É professora do Departamento de Comunicação Social desde 2002 e responsável pela área de Atendimento da Agência Experimental de Propaganda do Projeto Comunicar da PUC-Rio.

Ficha catalográfica

Rizzo, Ligia Amorim

TV digital em aparelhos portáteis: oportunidades entre os consumidores de baixa renda / Ligia Amorim Rizzo ; orientador: Paulo César de Mendonça Motta – 2009.

113 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (Mestrado em Administração)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Televisão digital. 3. TV móvel. 4. TV e vida cotidiana. 5. Comportamento do consumidor. I. Motta, Paulo César de Mendonça. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Agradecimentos

Aos meus pais, Mario Angelo e Amnéris. Essa dissertação é resultado de todo o incentivo e carinho que recebi, mesmo estando tão longe.

Ao meu irmão Leonardo e minha cunhada Fernanda, pela compreensão nas horas que precisei estar ausente.

Ao Mauro, meu querido, pelo companheirismo e apoio nessa caminhada. Estar ao seu lado me faz mais forte.

À amiga Aline, que sempre me ouviu nas horas de angústia e me mostrou como pensar diferente.

Ao meu orientador, Paulo Cesar Motta, pelos comentários precisos, pela sua sabedoria e paciência.

Ao Rodolpho e à Barbara, pela amizade e incentivo quando mais precisei.

Aos Amigos do Projeto Comunicar, por entenderem o motivo das minhas ausências.

Ao professores e funcionários do Departamento de Comunicação, pelo apoio e estímulo, desde a minha graduação.

Aos meus alunos. Também é por causa de vocês que estou aqui.

À PUC-Rio, pelos auxílios concedidos, sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado.

Resumo

Rizzo, Ligia Amorim; Motta, Paulo Cesar de Mendonça. **TV Digital em Aparelhos Portáteis: Oportunidades entre os Consumidores de Baixa Renda.** Rio de Janeiro, 2009. 113p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A televisão sempre ocupou um lugar relevante na vida cotidiana do brasileiro, e novas possibilidades de consumo podem vir a influenciar o modo como o telespectador se relaciona com conteúdo televisivo. A influência da televisão na vida cotidiana do brasileiro e a difusão da telefonia celular nas camadas de baixa renda criaram um cenário favorável para a introdução e posterior adoção da TV portátil no celular, viabilizada pela implantação da tecnologia de TV Digital no Brasil. A teoria do aprendizado por analogia foi usada como arcabouço teórico para avaliar o processo de adoção dessa tecnologia, que apesar de nova na forma de entrega (digital e móvel), já é bem conhecida e considerada entre os brasileiros, tendo em vista a grande penetração do meio na preferência popular. A contextualização do cenário passa, portanto, pelo entendimento das dimensões, características e significados da TV na vida cotidiana. A escolha pelo estudo das classes mais baixas se deve ao fato de que estas se configuram como as maiores consumidoras de programação televisiva. O resultado das pesquisas exploratórias revela um grande interesse em poder assistir televisão em qualquer lugar, mesmo em movimento, o que pode indicar novas oportunidades comerciais a partir dessa nova prática do consumo de mídia e indica, ainda, que a força da presença da TV na vida cotidiana pode ser significativa na intenção de adoção da TV portátil como uma alternativa para o consumo de conteúdo televisivo em locais públicos.

Palavras-chave

TV digital; TV móvel; aprendizado por analogia; TV e vida cotidiana; comportamento do consumidor.

Abstract

Rizzo, Ligia Amorim; Motta, Paulo Cesar de Mendonça (Advisor). **Digital TV in mobile devices: Opportunities in the low income consumers.** Rio de Janeiro, 2009. 113p. MSc Dissertation - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Television has always had a relevant place in the Brazilian everyday life, and new possibilities of consumption may influence the way viewers relate with television content. The influence of television on the Brazilian everyday life and the spreading of mobile telephony among the lower income classes have established favorable conditions for the introduction and later adoption of portable TV for mobile phones, which was made possible by the introduction of digital TV technology in Brazil. The theory of learning by analogy was used as theoretical basis to analyze the process of absorbing this technology, which, although new from a delivery point of view, is already well known and considered by Brazilians, as we can see when we consider its large stand in popular preference. The contextualizing of the introduction conditions is thus tied to the understanding of the dimensions, characteristics and meanings obtained by TV in everyday life. The option for lower classes as an object of study stems from the fact those classes represent the larger consumption of television programs. The results of the exploratory research shows a great interest in watch TV anywhere, even outside home. This may indicate new commercial opportunities based that new form of media consumption. It also indicates that the weight of TV in everyday life may be significant towards the intention of adopting the portable TV as an alternative to TV content consumption in public places

Keywords

Digital TV; mobile TV; learning by analogy; television and everyday life; consumer behavior.

Sumário

1. O Problema	11
1.1. Introdução	11
1.2. Cenários atuais	12
1.2.1. Posse de bens de consumo de tecnologia	12
1.2.2. Televisão aberta no Brasil	13
1.2.3. Televisão móvel e portátil	14
1.3. Objetivo da pesquisa	15
1.4. Delimitação do estudo	16
2. Revisão da Literatura	18
2.1. Aprendizado	18
2.1.1. Transferência de conhecimento e aprendizado	19
2.2. Analogia e categorização	21
2.2.1. Aprendizado por analogia	22
2.2.2. Estágios do processo de aprendizado por analogia	23
2.2.3. O modelo Consumer Learning by Analogy	25
2.2.4. Proposições básicas do modelo CLA	26
2.3. A adoção de inovações	28
2.4. Inovação e incerteza	30
2.5. Analogia reduzindo a incerteza	31
2.6. Analogia e aprendizado de produtos realmente novos	33
2.7. Síntese da literatura sobre aprendizado e analogia	35
3. Televisão Aberta e Tecnologia	37
3.1. Penetração da televisão	38
3.2. Consumo de tecnologia	39
3.3. A cultura da televisão na vida cotidiana	41
3.4. A TV em transformação: mobilidade	43
3.5. Adoção da TV Digital móvel	44
3.5.1. Local de uso	47
3.5.2. Motivação para o uso	47
3.5.3. Conteúdo assistido	48
3.6. Síntese da literatura sobre TV móvel	49
4. O Sistema Brasileiro de TV Digital	52
4.1. Histórico da implantação no Brasil	52
4.2. A mobilidade do padrão japonês	53
4.3. Características da TV Digital	55
4.4. Cenário Mundial	57
4.4.1. TV digital na Coreia do Sul	58
4.4.2. TV digital nos Estados Unidos	59

5. Metodologia	60
5.1. Tipo e Método de Pesquisa	60
5.2. Coleta de Dados	60
5.3. Tratamento dos Dados	62
5.4. Limitações do Método	62
6. Descrição e Análise dos Resultados	63
6.1. TV e vida cotidiana	64
6.1.1. Afazeres domésticos com a TV ligada	66
6.1.2. Cotidiano familiar e audiência	67
6.1.3. A TV como objeto de distração	68
6.2. Consumo de mídia	70
6.2.1. TV como fonte primária de informação	71
6.2.2. Consumo de mídia para preencher o tempo morto	73
6.3. Comportamento tecnológico	75
6.3.1. Grau de envolvimento	77
6.3.2. Experiência e aprendizado	81
6.3.3. Percepção dos atributos em comum	83
6.3.4. Conhecimento prévio e busca de informações	85
6.4. Geração de inferências	87
6.4.1. Ocasão de uso e consumo de conveniência	88
6.4.2. Preferência por conteúdo	91
6.4.3. A oportunidade da convergência de produtos	95
7. Discussão e Conclusão	97
7.1. Síntese dos resultados	97
7.1.1. TV e vida cotidiana	97
7.1.2. Consumo de Mídia	99
7.1.3. Comportamento tecnológico	100
7.1.4. Geração de inferências	102
7.2. Classificação dos resultados	105
7.3. Sugestões para futuros estudos	107
8. Referências Bibliográficas	108

Lista de figuras

Figura 1: Etapas do processo de aprendizado por analogia	23
Figura 2: Modelo de Aprendizado por Analogia	27
Figura 3: Domicílios Brasileiros com Telefone Fixo e Celular	39
Figura 4: Domicílios Brasileiros com Rádio TV, Telefone, Microcomputador e Micro com Acesso à Internet	40
Figura 5: Atividades realizadas no celular	41
Figura 6: Terminais de TV digital móvel e portátil	57
Figura 7: Classificação dos resultados	105

Lista de tabelas

Tabela 1: Processos da fase de mapeamento	24
Tabela 2: Telefonia móvel	40
Tabela 3: Síntese da literatura sobre televisão digital móvel	49
Tabela 4: Cenário mundial da adoção da TV digital	57