UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE INFORMÁTICA
GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA COMPUTAÇÃO

**Uma Comparação entre Estratégias de Adaptação de Conteúdo
para Dispositivos de Segunda Tela de TV Digital**

Proposta de Trabalho de Graduação

Aluno: Carlos Eduardo Cavalcanti Macêdo – cecm@cin.ufpe.br

Orientador: Carlos André Guimarães Ferraz – cagf@cin.ufpe.br

Recife, 15 de outubro de 2014

Sumário

1. Contexto
2. Objetivos
3. Cronograma
4. Bibliografia
5. Avaliadores
6. Assinaturas

1. Contexto

Os hábitos humanos são moldados através de sua interação com o mundo e, especialmente, com a sociedade e seus atributos de comunicação. Não é de hoje que se observa cada vez mais a nossa capacidade de nos concentrar em diversas atividades ao mesmo tempo, sendo estas complementares ou não, imitando e importando comportamentos dos eletrônicos. Esse desenvolvimento de habilidades (ou priorização de estratégias), também conhecido como desordem da aplicação estratégica [BURGESS 1999], acontece há muito tempo, sem que tenhamos noção do que ocorre.

Na última década, a partir da popularização dos itens de informática, vemos uma grande troca de informação pelos meios telefônicos (ligações e SMS) darem lugar a interações em tempo real com a programação televisiva através de smartphones, tablets e PCs (segundas telas). O que se questiona é o fato dos usuários não terem ideia de como filtrar os conteúdos que são disponibilizados em suas mãos [HOLMES et al. 2012], pois cada um possui um ambiente próprio de apreciação do que o seu produto mostra. O acesso em diferentes partes de uma casa, por exemplo, altera o modo como o cérebro do usuário entende, consome e passa à frente a informação [DOUGHTY et al. 2012].

Como dito em [GRIFFIN 2011], hoje em dia se tornou mais importante para as empresas o engajamento dos indivíduos. Esse engajamento vem sendo construído a partir de interfaces de compartilhamento de conteúdo, e não contextualização. Aplicativos como GetGlue, Miso, Philo, AdaptiveBlue, Loyalize, Watchpoints, Tunerfish e TV Check-in utilizam o princípio de gamification para que usuários compartilhem conteúdo em redes sociais. A interação pode retornar recompensas (virtuais e reais), que quase obrigam os usuários a passarem mais tempo nas plataformas.

Contudo, ao observar o termo engajamento em [AHONEN e MOORE 2006], chega-se à conclusão que a contextualização e diferenciação de conteúdo deve ser o próximo passo para a construção de aplicativos superiores.

2. Objetivos

Objetivo Geral

Esta pesquisa tem como objetivo comparar modelos de sistemas de decisão de conteúdo descritos no artigo “Um Modelo de Suporte à Decisão de Conteúdo para Segunda Tela de TV Digital”, por Carlos Macêdo e Carlos Ferraz.

Objetivos Específicos

- Desenvolver um modelo open-source de exibição de informação em sincronia com aparelhos eletrônicos: o software visa ajudar *broadcasters* na divulgação de qualquer tipo de conteúdo sendo totalmente público e de interface amigável;
- Comparar qualitativamente dois paradigmas de decisão de conteúdo, a fim de decidir qual deles é o mais eficiente em termos de classificação de usuários de TV digital.

3. Cronograma

Fases	Setembro/14	Outubro/14	Novembro/14	Dezembro/14	Janeiro/15	Fevereiro/15
Revisão Bibliográfica						
Entrevistas/Testes						
Desenvolvimento de Ambientes de Suporte à Decisão						
Execução de Simulações						
Coleta de Métricas e Comparação de Dados						
Relatório Final/Apresentação						

4. Bibliografia

AHONEN, Tomi T.; MOORE, Alan. Communities dominate brands. Futuretext Limited, 2006.

BURGESS, Paul W. Strategy application disorder: the role of the frontal lobes in human multitasking. *Psychological research*, v. 63, n. 3-4, p. 279-288, 2000.

DOUGHTY, Mark; ROWLAND, Duncan; LAWSON, Shaun. Who is on your sofa?: TV audience communities and second screening social networks. In: *Proceedings of the 10th European conference on Interactive tv and video*. ACM, 2012. p. 79-86.

GRIFFIN, E. Second screen apps explode: social media tries to get viewers to quit surfing and engage with TV. *ADWEEK*, 6 de junho de 2011, p. 19. Academic OneFile, 2013.

HOLMES, Michael E.; JOSEPHSON, Sheree; CARNEY, Ryan E. Visual attention to television programs with a second-screen application. In: *Proceedings of the Symposium on Eye Tracking Research and Applications*. ACM, 2012. p. 397-400.

5. Avaliadores

- Carlos André Guimarães Ferraz (cagf@cin.ufpe.br)

- Juliano Manabu Iyoda (jmi@cin.ufpe.br)