# Interação via segunda tela: o caso Hannibal[1]

Letícia Passos AFFINI[2]
Tatiana Zuardi USHINOHAMA[3]

Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho

## RESUMO

O presente artigo aborda questões relacionadas aos aplicativos desenvolvidos para dispositivos móveis que proporcionam interação. Emprega-se a metodologia do estudo de caso em Yin. Como objeto, foram selecionados o episódio 12 da primeira temporada do seriado Hannibal e o aplicativo para a segunda tela desenvolvido para a série. Para a análise, utilizam-se os conceitos de interação em Lemos e as variáveis em Preece. Busca-se responder a pergunta: como o seriado realiza o processo de inserção do conteúdo interativo por meio do aplicativo? Constata-se a utilização de interação mecânico-analógica e social.

**PALAVRAS-CHAVE:** televisão; segunda tela; interação; ciberespaço.

## INTRODUÇÃO

O cenário televisual passa por um período de transformação, como consequência da TV Digital e dos periféricos a ela relacionados, tais como *tablets*, celulares, internet e GPSs, que a tornam portátil, interativa e móvel. O contexto de transformação está prestes a gerar um meio de comunicação totalmente novo, ou seja, uma unidade combinada de televisão, computador e internet. A TV Digital capacita o receptor/usuário a acessar banco de dados e, utilizando software, servir-se de processos interativos. Em essência tudo o que está em formato digital pode ser utilizado pelo sistema de televisão; os dados (bits) utilizados na linguagem televisiva são iguais - texto, imagem, som, protocolo de internet e código de programa. Manovich (2005) pensa a televisão como software, a hibridização entre as diferentes linguagens realizada pelo software gera um produto novo e totalmente diferente do conceito clássico de televisão - massivo, heterogêneo, unidirecional, passivo, hierarquizado e sustentado pela centralização da emissão. Nesse contexto, o processo televisivo é ressignificado e passa a integrar o campo de estudo da cibercultura, esta última

[1] Trabalho apresentado no GP Televisão e Vídeo do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Docente do Programa de Pós-Graduação em TV Digital da Unesp/Faac. Doutora em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ. Pesquisadora líder no GrAAu - Grupo de Análise do Audiovisual, cadastrado no CNPq. E-mail: affini@faac.unesp.br.
[3] Discente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP – Campus de Bauru). Pesquisadora do GrAAu - Grupo de Análise do Audiovisual, cadastrado no CNPq. E-mail: tatianazuardi@globo.com.

entendida como o estudo dos vários fenômenos sociais associados à convergência das telecomunicações, com a informática. O interesse pela inserção de interação é crescente, as emissoras implantam departamentos de multimídia, surgem empresas especializadas em desenvolvimento de softwares/aplicativos e a maioria dos programas possui páginas nas redes sociais e perfil no *twitter*.

> Para os profetas das novas mídias, a "morte" dessa televisão, capaz de reunir cotidianamente milhões de espectadores em torno de um programa, foi decretada pela multiplicação das telas (computador, *tablets*, celulares), pela fragmentação das audiências em canais temáticos, pelas inúmeras plataformas de distribuição de vídeo por demanda. A possibilidade de acessar conteúdos televisivos em outras plataformas, quando e onde quiser, permite agora ao espectador assistir a programas completos ou a seus fragmentos descolados da programação, "montando", assim, sua própria "grade". É inegável, certamente, que esse desprendimento do fluxo televisual implica em novos modos de produção de sentido. Mas, será que, diante da emergência de formas assíncronas e personalizadas de consumo dos conteúdos televisivos, esta TV que se organizou com sistema broadcasting de comunicação tende mesmo a ficar no passado? Com tantas possibilidades de escolhas de dispositivos e conteúdos, faz ainda sentido assistir à televisão seguindo sua grade de programação? (FECHINE,2013, p. 590)

O recorte realizado para o estudo parte do principio de que o consumo de audiovisual no contexto contemporâneo possibilita interação através da utilização do controle remoto ou da segunda tela, entendida aqui como tecnologia digital baseada em computador e interconectada em rede, ou seja, *tablet* e *smartphone*. Para debater a questão realizou-se o estudo de caso (YIN, 2005) e, como objeto, selecionou-se a série Hannibal, exibida pelo canal de televisão a cabo AXN Brasil, que possui aplicativo para segunda tela. Determina-se como tema de pesquisa a inserção de conteúdo interativo nos programas de televisão. Busca-se responder à seguinte questão: como o seriado realiza o processo de inserção de conteúdo interativo por meio do aplicativo?

As formas empregadas pelas emissoras de televisão para agregar informação ao conteúdo televisual, mantendo-se o fluxo, são dadas pelo '*ticker-tape*', sobreposição de frases e gráficos na parte inferior da tela, que chega a tomar um terço do monitor, (figura 1a), ou por um ícone que pisca no canto superior direito da tela, (figura 1b), informando que a emissora oferece conteúdo extra, que deve ser acionado pelo controle. Esses formatos são úteis e ao mesmo tempo geram um ruído na informação, desrespeitando o receptor e o programa em que está sendo veiculado.

(a) (b)

**Fig. 1** – Exemplo de conteúdo extra distribuído pelas emissoras *broadcasting*.

O hábito de utilizar dispositivos móveis ao assistir televisão torna-se cada vez mais comum, a ação passa a ser multitarefa, onde o receptor/usuário consome vários meios de comunicação, conectados em rede, em paralelo. A bidirecionalidade da internet permite gerar conteúdo, discutir, buscar informações e participar das redes sociais. Atos esses que, apesar de não romperem a distância, aproximam o produto do receptor, como também unem os receptores entre si, ao participarem de fóruns e chats, simplesmente como leitores ou por terem uma participação ativa, contribuindo com a discussão. O cenário promove o desenvolvimento de aplicativo para segunda tela com conteúdo projetado especificamente para a plataforma, proporcionando ao receptor/usuário uma nova forma de interagir com a programação televisiva em fluxo, *broadcasting*. No Brasil, a TV Cultura foi a primeira emissora a desenvolver aplicativo para segunda tela, com conteúdo paralelo e em tempo real para o Jornal da Cultura e, mais tarde, empregou-o também no *gameshow* "Quem Sabe, Sabe!"

Questionam-se as peculiaridades da segunda tela e discutem-se os conceitos de *crossmedia*, *transmídia* e de tv expandida para analisar o cenário de transformação e as estratégias das empresas de entretenimento em busca de fidelizar o público, proporcionar divertimento, veicular informações e de permitir a participação interativa do receptor/usuário, mantendo-o preso ao fluxo. *Crossmedia*, *transmídia* e de tv expandida são fenômenos novos, linguagens em formação, não apresentam uma sintaxe estabelecida como, por exemplo, o cinema.

A realização de *crossmedia* (FINGER & DE SOUZA, 2012) é dada pelo processo de diversificação de conteúdo, realiza-se quando o receptor/usuário sai em busca da continuação da narrativa ou à procura de novas informações em mídia diferente da inicial, enfatiza-se a questão do conteúdo ser complementar; este não pode pertencer à estrutura

narrativa ou conter uma informação fundamental para a sua compreensão. O conceito de transmídia é mais complexo.

> Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romance e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais um consumo. (JENKINS, 2009, p. 138)

Têm-se dois exemplos clássicos de narrativa transmídia, Matrix e Lost, e a Rede Globo classifica "Malhação" como tal, fato que causa discussão por não contemplar a questão da essência, da ideia central, colocada por Jenkins como profundidade (*drillable*) dos temas abordados pela narrativa em diferentes mídias e do novo nível de compreensão adquirido pelo receptor/usuário após o consumo. Essas narrativas apresentam modos diferentes de utilização das mídias, gerando debates na academia para a formulação de conceitos relacionados ao novo produto. A questão dos adjetivos *spreadable* e *drillable* deve ser considerada.

> Assim, peças que têm *spreadability* são peças que contagiam e se propagam, atraindo público novo, chamando a atenção de potenciais espectadores e usuários. E as peças que têm *drillability* são peças que prendem os espectadores porque suportam ser cavoucadas por diversos lados e ainda assim fornecem material narrativo interessante, não só no sentido de fornecer material inédito, mas de que esse material faça com que o público reveja suas noções sobre o que foi visto antes do drill, criando assim o que Jenkins chama de "compreensão aditiva" (2007). Se o spread facilita a aquisição de novos espectadores, o drill está mais para o conceito de fidelização. Um espectador que faz suas "sondagens" e encontra material gerador de compreensão aditiva tende não só a continuar sondando como a querer propagar o que encontrou. (TOLEDO et al., 2013)

A proposta de transmídia deve considerar o fato de o conteúdo estar espalhado em diferentes mídias como também oferecer ao receptor/usuário a possibilidade de procurar conteúdo narrativo que altere sua compreensão, que esclareça, proporcionando um melhor entendimento. Assim, tudo o que é classificado como transmídia pode ser classificado também como crossmídia, porém o inverso não é válido: nem tudo o que é *crossmedia* pode ser considerado transmídia.

O termo TV expandida é entendido como a prática de disponibilizar conteúdo fora do contexto *broadcasting* e está relacionado à convergência dos meios, à digitalização e à internet, enfim, ao hábito do receptor/usuário estar conectado à internet ao assistir televisão e participar de chats, votação ou simplesmente ler as informações extras nos *sites* dos programas. Segundo:

> O conceito de TV Expandida (Enhanced TV ou eTV) é o mais comum e partilhado entre as diferentes maneiras de classificar TVi. Entende-se por TV Expandida qualquer serviço de televisão interativa que se relacione com um programa de televisão. Na TV Digital no momento da transmissão, a emissora envia junto com o audiovisual, aplicativos que podem ser acionados pelo usuário e carregam sobre a tela interfaces que possibilitam experiências particulares ou coletivas de interatividade. Há aplicativos de *games* e *quizzes* sincronizados com o programa, telas com campos para enviar dados, consulta sob demanda de diversos tipos (eleições, previsão do tempo, bolsa de valores, esportes), propaganda interativa, escolha entre câmeras, escolha entre áudios, modelagem de quadros do programa na tela do televisor, etc. A TV Expandida é a grande promessa para o mercado de televisão interativa no Brasil, sua vantagem é que a interatividade se dá em torno de algo imensamente popular, a programação televisiva. (MÉDOLA; DE PAIVA TEIXEIRA, 2006)

O cenário é alterado com a popularização do *tablet* e do *smartphone* e com novos *softwares* que possibilitam a convergência de televisão e internet em tempo real, sem a necessidade de sobreposição de informações à imagem televisiva, set-top-box e tv conectada em rede. Assim, a experiência de interação torna-se mais agradável e individual.

Segundo Lemos (2002), a interação mecânico-analógica na televisão origina-se de uma relação técnica com o equipamento (ligar/desligar, ajustar volume, brilho, contraste), que foi disponibilizada desde os primeiros aparelhos televisivos em branco-preto. Já a interação eletrônico-digital surge da possibilidade do telespectador intervir na recepção de seu conteúdo, como no caso dos jogos eletrônicos que utilizam o televisor como suporte, na escolha de um filme no “Intercine” ou de um final do “Você Decide”. A terceira forma de interação apresentada pelo autor é a social, ou seja, a interação propriamente dita. Essa ainda é uma meta a ser atingida pela televisão, uma vez que sua estrutura física atual (equipamento) e comunicacional (meio axial - sistema fechado de um para todos) ainda não permite.

A televisão digital, com seus novos recursos, potencializou a interação eletrônico-digital, permitindo, agora, as trocas de informações dentro de sua própria plataforma e criando a possibilidade de o “usuário interagir, não mais apenas com o objeto (a máquina ou a ferramenta), mas com a informação, isto é, com o conteúdo.” (LEMOS, 2002, p. 114).

Essa oferta de interatividade apresenta-se por meio de um ambiente de conversação entre a televisão digital e o telespectador, definido pela interface, uma vez que a televisão digital possui uma configuração operacional semelhante à de um computador (hardware-software).

Assim, "é a interface que possibilita a interatividade, sendo uma superfície onde se trocam informações, mas também, estrutura profunda onde se organizam o fluxo de informações que entram e saem (...)" (LEMOS, 2002, p. 115). O que a torna um objeto de comunicação de total importância para que haja a interação do telespectador com a televisão, passando a afetar "de forma radical a relação sujeito e objeto na contemporaneidade" (LEMOS, 2002, p. 115).

Atualmente, com o avanço da tecnologia digital, a interface encontra-se presente em todos os equipamentos eletrônicos, tornando-se uma forma de linguagem, denominada linguagem de uso, que estabelece uma intermediação entre o usuário de um equipamento eletrônico e o seu hardware. E é por isso que, quanto maior for a facilidade de uso possibilitado pela interface, maior proveito o usuário fará dos recursos do equipamento e, consequentemente, da sua possibilidade de interação.

## MÉTODO

Dentro do universo da pesquisa sobre inserção de interação em aplicativos de segunda tela, estabeleceu-se como método o estudo de caso (YIN, 2005) e como objeto de pesquisa a série "Hannibal", baseada no drama policial escrito por Thomas Harris, Dragão Vermelho (1981). A série é veiculada no Brasil pela AXN, tv paga, às 22h, nas terças-feiras. Trata-se da história de um agente do FBI (Will Graham) especializado em *serial killers* que, por haver sofrido um colapso ao investigar outro caso de assassinato em série, é acompanhando por um psiquiatra sociopata, Dr. Hannibal Lecter. A primeira temporada da série contém 13 episódios, com roteiro de Bryan Fuller e direção de David Slade. A produção é da *Gaumont Internacional Television*, em associação com a *Sony Pictures Television Networks*.

A escolha de Hannibal deve-se ao fato de ser a primeira narrativa veiculada no Brasil que estabelece uma ligação entre a televisão em fluxo e um aplicativo para segunda tela, tecnologias digitais baseadas em computador e interconectadas em rede. Atendo-se aos três pontos fundamentais do estudo de caso conforme YIN (2005): observação direta do

fenômeno; falta de condições de controlar o material estudado, a não ser pelo ponto de vista do receptor/usuário; e, também, por ser um fenômeno contemporâneo.

A proposta deste estudo é analisar a interface do aplicativo de segunda tela, por meio das variáveis de usabilidade elaboradas por Preece - eficácia, eficiência, segurança, utilidade, learnability e memoralidade. Identirficar o nível de interação concedido pelo software, que opera integrado ao programa de televisão. A eficácia significa "o quanto o sistema é bom em fazer o que se espera dele"; eficiência é "como o sistema auxilia o usuário na realização da sua tarefa"; segurança se dá ao "proteger o usuário de situações perigosas e situações indesejáveis"; utilidade é "medida na qual o sistema propicia o tipo certo de funcionalidade, de maneira que os usuários possam realizar aquilo de que precisam ou que desejam"; learnability "refere-se ao quão fácil é aprender a usar o sistema"; memorability "refere-se à facilidade de lembrar como utiliza um sistema, depois de já ter aprendido como fazê-lo" (PREECE et al., 2005, p. 35-38).

A coleta dos dados realizou-se no dia 2 de julho de 2013, a partir da filmagem da tela dos aplicativos executados em dois aparelhos, *smartphone* e *tablet*. Ambos os dispositivos estavam sincronizados com a transmissão televisiva do décimo segundo episódio da primeira temporada do seriado Hannibal, durante a sua exibição (60 min). O aplicativo "Hannibal", software gratuito, desenvolvido para aparelhos móveis, *tablets* e *smartphones*, elaborado pela *Sony Pictures Television*, na versão 2.2, atualizado em 02 de maio de 2013, baixado do portal da Google Play para Android, com versão igual ou superior a 2.3.3.

## RESULTADOS

A emissora AXN investiu no aplicativo como recurso de interação por meio da segunda tela em dispositivos móveis, oferecendo conteúdo extra e participação nas redes sociais (*facebook* e *twiter*).

Ao iniciar o aplicativo, deve-se configurá-lo entre as onze opções (SG/MY/HK, JKT/TH, Philippines, Brasil, España, India, Andes, Cono Sur, Venezuela, México e Portugal), apresentadas em três idiomas (inglês, espanhol e português – Brasil e Portugal). A partir disso, o receptor/usuário entra em contato com a tela principal do aplicativo, que oferece um botão de sincronizar, no alto e no centro da tela; um ícone de calendário, no alto e na esquerda; um ícone de relógio com um cronômetro em tempo decrescente, no alto e na

esquerda; um ícone com a chamada para o próximo episódio, na direita; uma aba retrátil com as categorias para outros conteúdos, na esquerda; e; ao pé da página, o *banner* com o anúncio do patrocinador, à direita e com a logomarca do canal AXN, à esquerda.

**Figura. 3** – Estrutura do aplicativo de segunda tela - Hannibal

A sincronização entre a TV e o dispositivo móvel pode ser realizada somente durante a exibição do episódio em *broadcasting*. O conteúdo que está no aplicativo encerra-se automaticamente quando a veiculação do episódio termina, impossibilitando o acesso ao conteúdo em outro horário. Analisa-se a interface a partir das variáveis proposta por Preece (2005) e enfatiza-se a questão da usabilidade, pois o interesse do estudo é verificar a possibilidade de interação do receptor/usuário com o aplicativo. O aplicativo fornece um número maior de informações à medida que a trama se desenvolve.

A variável eficácia examina o quanto o aplicativo faz o que se espera dele. As informações extras fornecidas são notas da produção, curiosidades a respeito de algum elemento de cena, ou da personagem, ou o *storyboard* de uma cena marcante da trama, sobreposta à imagem resultante da gravação e transcrição de diálogos. As informações chegam sincronizadas com as cenas, ajustadas em forma de slides, possibilitando ao receptor/usuário navegar nas páginas e rever conteúdo de slides anteriores, utilizando a barra de rolagem.

**Figura. 4** – Informações disponibilizadas pelo aplicativo no decorrer da exibição do eposódio.

A variável eficiência associa-se ao modo como o aplicativo auxilia o receptor/usuário a realizar sua tarefa, no caso, acompanhar a trama televisiva, consumir as informações extras e utilizar as possibilidades de interação. O botão central de sincronizar muda de cor à medida que a sincronização é estabelecida com o aparelho de televisão. A informação visual que indica que o pedido de sincronização está sendo processado é indicada por um giro no sentido horário de uma carreira de bolinhas em volta do H, no centro da tela. Estabelecida a sincronização, o receptor/usuário começa a receber as informações a respeito do episódio. No episódio acompanhado pelo estudo foram realizadas 49 mudanças, durante um período de 60 minutos, e verificou-se que o aplicativo permanece ativo durante o intervalo comercial. As informações chegam no sentido horizontal, do alto da tela, e vão descendo; quando chega uma nova informação, a anterior abaixa.

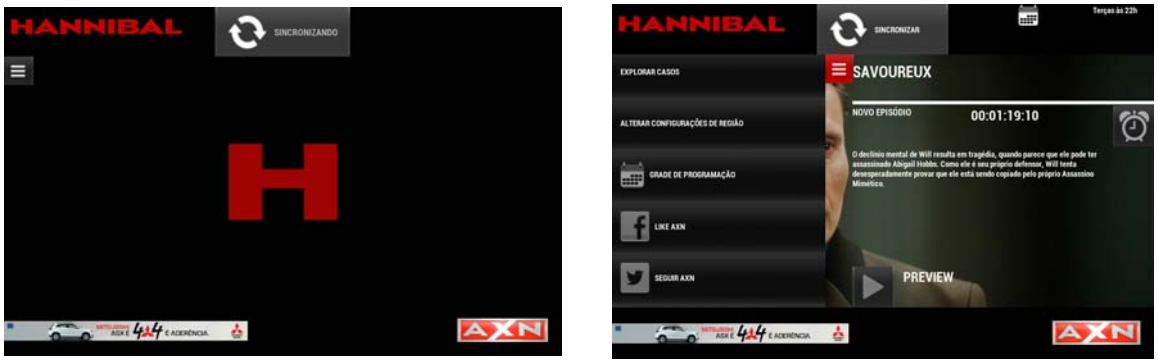


**Figura. 5** – Indicativo de sincronização com a televisão e as possbilidades de acesso as redes sociais.

A variável segurança protege o usuário de situações perigosas e/ou indesejáveis. A sincronização via *tablet* é mais lenta do que a realizada pelo s*martphone*. Quando o *tablet* finalizou a sincronização, várias informações já haviam sido enviadas, entretanto, a informação exibida na hora da sincronia era a mesma do *smartphone*. Ao finalizar a sincronização, receptor/usuário está automaticamente atualizado e tem a possibilidade de recuperar informações anteriores por meio da barra de rolagem. Acionar o ícone de sincronização durante o processo faz com que o sistema seja encerrado e as informações perdidas, e somente recuperadas após uma a nova sincronização.

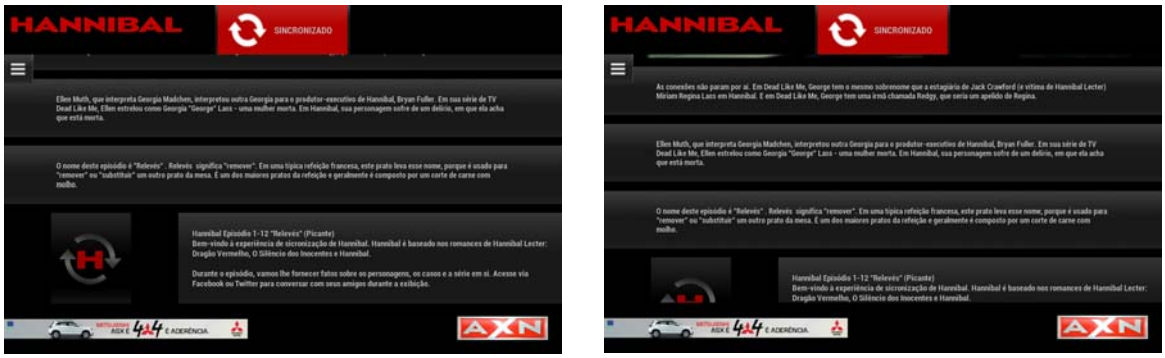


**Figura. 5** – Sistema de barra de rolagem paras as informações exibidas no aplicativo.

A variável utilidade refere-se à funcionalidade do aplicativo, o que este oferece ao receptor/usuário. A realização da sincronização é dada pelo *software* "Shazam", sistema acionado pelo áudio do aparelho de televisão; 15 segundos de áudio são suficientes para o início do envio de informação. Esta é disponibilizada de modo integrado à trama, são ações paralelas. O aplicativo oferece a possibilidade de troca de mensagens com outros telespectadores pelas redes sociais.

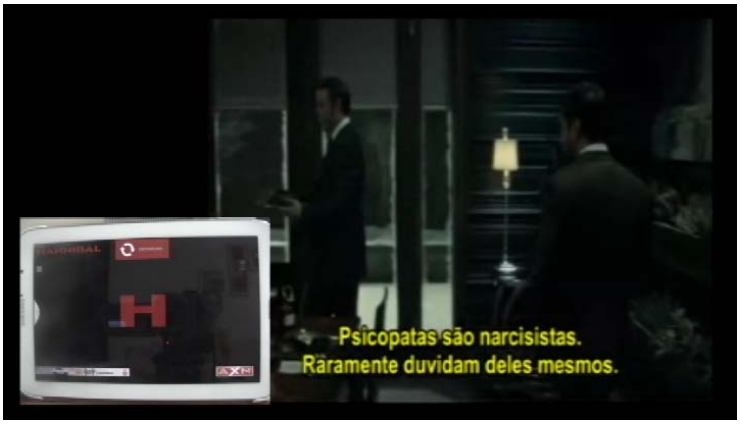


**Figura. 6** – Sistema de sincronia que propicia a integração entre televisão e a segunda tela.

A quinta variável, *learnability*, ou capacidade de aprendizagem, refere-se à amigabilidade do aplicativo. O botão de sincronia ocupa lugar de destaque, é de fácil acesso e conta com linguagem verbal; a única exigência feita ao receptor/usuário é acioná-lo e, uma vez feito isso, as informações chegam à sua revelia; sua única possibilidade interativa é navegar pelos slides anteriores. A possibilidade de integração com as redes sociais é facilitada pelo sistema de *login*, que preenchido uma vez é memorizado pelos sistemas; o envio e a leitura de *post* são facilmente acionados pelo menu retrátil.

*Memorability*, ou capacidade de memorização, refere-se à facilidade com que a utilização do aplicativo é memorizada pelo receptor/usuário. As ações exigidas do receptor/usuário são: acionar o ícone de sincronização, acessar o menu retrátil para participar das redes sociais, navegar pelos slides. O sistema *touchscreen* facilita a memorização dos três procedimentos.

## DISCUSSÕES

A televisão broadcasting reestrutura-se neste novo contexto de múltiplas telas no sentido de fortalecer o vínculo com a audiência, minimizando a dispersão da atenção dedicada pelo receptor e a fuga para outro veículo ou canal. O recurso empregado pelas emissoras é a segunda tela, na sua possibilidade de oferecer interação de conteúdo em diferentes gêneros: jornalísticos, esportivos e ficcionais. Neste estudo, são apontadas características do aplicativo e de sua interface, concebidos para a ficção, que reforça a narrativa em fluxo.

As multiplicações das telas impedem a conquista de alto índice de audiência, o consumo de audiovisual migrou para outras linguagens, telas, gêneros e mídia, e as alternativas dividem cada vez mais a atenção do público. A televisão não está mais presa a um único suporte técnico.

Em relação à variável eficácia, verifica-se que o sistema integrado televisão-aplicativo apresenta nível de interação mecâncio-analógica; sistema fechado de um único emissor para todos os receptores; as ações propostas são sincronizar/dessincronizar, navegar pelos slides, não possibilita interação eletrônico/digital, ou seja, intervir na recepção do conteúdo; possibilita a interação social de um emissor para um receptor. Quanto à eficiência, o sistema é automático, uma vez sincronizado não necessita mais da intervenção do usuário, a interface é amigável e a atualização do conteúdo a cada episódio promove o provável retorno do receptor ao processo interativo.

O sistema *touchscreen* não apresenta mecanismo de segurança: caso o receptor acione o ícone sincronizar, o processo será interrompido, ocasionando a perda de conteúdo até uma nova sincronização ser realizada.

O sistema fornece um conjunto de funções que permite ao usuário realizar interação mecâncio-analógica, através do acionamento do software “Shazan”. São possíveis as seguintes ações: interagir nas redes sociais, rever slides anteriores. Ao utilizar um suporte

técnico, o usuário não pode ter muito esforço de manipulação, uma vez que a narrativa televisiva é concomitante à segunda tela e a atenção é dividia. Iniciar o uso das tarefas fundamentais do sistema é fácil, acionar o ícone sincronizar é a única tarefa do receptor, não existe conjunto de operações necessárias para serem apreendidas, o processo é facilmente memorizado e está disponível em 3 idiomas.

Classifica-se o aplicativo dentro do conceito de televisão expandida, apesar de oferecer conteúdo fora do contexto *broadcasting*. O nível de interação é limitado, mecânico-analógico. Apresenta conteúdo extra-diegético, que não é fundamental para a compreensão da narrativa: comentários sobre os elementos de cenas, filmografia dos atores, biografia dos produtores, transcrição de diálogos, descrição do processo produtivos, observações sobre a elaboração da paisagem sonora. O conteúdo é encaminhado ao dispositivo por conexão de internet. Está associado à convergência dos meios, interação social, uma vez que o receptor está conectado em rede e tem a possiblidade de participar das redes sociais.

*Crossmedia* é um conceito que não pode ser considerado para o aplicativo porque o conteúdo está disponibilizado em apenas um suporte, fora da televisão. O aplicativo dá ao receptor acesso a uma informação extra e não complementar à narrativa. *Transmídia* também não pode ser empregado, uma vez que a informação paralela não é complementar à compreensão da narrativa.

O aspecto a ser destacado pelo estudo está no fato de o aplicativo convidar o receptor a acompanhar a narrativa pelo sistema *broadcastin*;, o conteúdo de segunda tela é vinculado ao conceito de grade de programação. O conteúdo extra está em fluxo condicionado à narrativa televisiva, reforçando, simplesmente, as imagens e diálogos marcantes. Nesse contexto, faz sentido a permanência do receptor às regras da grade de programação, evitando a pirataria, a perda de assinantes e a evasão da audiência.

Observa-se a sutileza do processo: em 60 minutos foram enviados 49 slides, número que não faz com que o receptor perca a atenção dedicada à televisão, e o sistema permanece ativo durante o bloco de comerciais, mantendo a atenção do usuário. A interação agrega valor ao programa, fortalece o vínculo com a audiência e minimiza a dispersão ou a fuga para outro canal.

Entende-se a questão da segunda tela como um processo em formação; o caso “Hannibal” faz uso da interação mecânico-analógica e da interação social. Na ocasião do lançamento do aplicativo havia a expectativa de rompimento do paradigma televisivo,

massivo, heterogênio, unidirecional, passivo, hierarquizado e sustentado pela centralização da emissão. Constata-se o esforço da emissora pela manutenção do sistema instituído.

## REFERÊNCIA

COVER, R. Audience inter/active: Interactive media, narrative control and reconceiving audience history. **New Media & Society**, London, v.8, n.1, p. 139-158, 2006. Disponível em: < http://www.e-ope.ee/_download/euni_repository/file/2174/DigitalCulture.zip/Key%20readings/cover.pdf> Acessado em: 09 jul. 2013.

FECHINE, Y. Ainda faz sentido assistir à programação da TV? Uma discussão sobre os regimes de fruição na televisão. In:OLIVEIRA, A.C de. **As interações sensíveis**: ensaios de sociossemiótica a partir da obra de Eric Landowski. São Paulo: Estação das letras e cores, 2013.

FINGER, C., & DE SOUZA, F. C. Um novo modo de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. FAMECOS, v19, nº2, 2002. Disponível em: < http://revistaseletronicas.pucrs.br/scientiamedica/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12320 > Acessado em: 14 jul. 2013.

HUTCHINS, E. L.; HOLLAN, J. D.; NORMAN, D.A. Direct manipulation interfaces. In: Lawrence Erlbaum Associates. **Human-computer interaction.** San Diego: HCI Editorial Record, 1985,

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2ºed. São Paulo: Aleph, 2009.

LAMONT, Sheri. An 8-step process for creating compelling enhanced television. In: **Proceedings of the 1st European Conference on Interactive Television** (EuroITV), 2003. Disponível em: < http://homepages.abdn.ac.uk/j.masthoff/pages/EuroITV03/Practitioner/prac4.pdf>. Acessado em:14 jul. 2013.

LEMOS, A. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MANOVICH, L. Novas mídias como tecnologia e idéia: dez definições. In: LEÃO, L. **O chip e o caleidoscópio**: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Editora SENAC, 2005.

MÉDOLA, A. S. L. D.; DE PAIVA TEIXEIRA, L. H. Aspectos da TV Digital interativa: como pode ficar a nova televisão do ponto de vista do usuário. Trabalho apresentado no **"FÓRUM DA DIVERSIDADE E IGUALDADE:** Cultura, Educação e Mídia". Bauru: Unesp, 2006.

ODIN, R. Arte e estética no campo do cinema e da televisão: elementos para uma abordagem semio-pragmática. **Revista Comunicação Midiática.** v. 3, n° XX, p. 29, jan. 2005.

PAVLIK, J. V. Televisão na era digital: uma metamorfose habitada pela tecnologia. **Cadernos de Televisão.** v. XX, n° 1, p 23-28, jul. 2007.

PEREIRA, V. A. Marshall McLuhan, o conceito de determinismo tecnológico e os estudos dos meios de comunicação contemporâneos. **UNIrevista**. v. 1, n. 3, Jul. 2006.

PREECE, J.; ROGERS, Y.; SHARP, H. **Design de interação**: além da interação homem-computador. Porto Alegre: Bookman, 2005.

ROCHA, H. V. da; BARANAUSKAS, M. C. **Design e avaliação de interfaces humano-computador**. Campinas: UNICAMP, 2003.

SMUTS, A. What is Interactivity? **Journal of Aesthetic Education Winter**, v. 4, n.3, p. 53-73, 2009.

TOLEDO, G. M.; AFFINI, L.P. When you play the Game of Thrones, you spread or you drill. In: **Anais** do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 18, 2013, Bauru. ... Bauru: UNESP, 2013.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.