



A experiência de segunda tela e a imersão do público em eventos midiáticos¹

Clara Sito ALVES²

Tanise POZZOBON³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

Este trabalho procura discorrer sobre as transformações que a convergência midiática possibilitou, combinando as mídias tradicionais e a tecnologia *mobile* para aumentar a experiência do espectador/usuário através de um fenômeno imersivo conhecido como experiência de segunda tela. Num primeiro momento, articula-se sobre a convergência midiática, destacando a cultura da participação, no qual o público tem a possibilidade de interação imediata com a “tela” principal. Posteriormente, o trabalho apresenta uma reflexão sobre como esta segunda tela também pode ser utilizada para aprofundar o conteúdo quando, por exemplo, um dispositivo, geralmente *mobile*, conta simultaneamente uma história extra e complementar àquela apresentada na tela principal, gerando assim, uma narrativa transmídia sincrônica.

PALAVRAS-CHAVE: segunda tela; imersivo; interativo; espectador.

INTRODUÇÃO

O artigo apresentado tem como propósito analisar a experiência da segunda tela como ferramenta que amplia a imersão do público nos eventos midiáticos. Além disso, intenciona mostrar esta experiência – resultante da evolução das tecnologias e da migração das mídias tradicionais para meios digitais – como uma nova forma de apropriação do usuário que em determinadas situações passa de mero espectador de uma mídia de comunicação unidirecional para um participante e gerador de informação, dentro de um processo de comunicação de duas vias.

Para o desenvolvimento deste trabalho, foi usada como metodologia a pesquisa bibliográfica a partir das fundamentações do livro *Cultura da convergência* de Henry Jenkins (2008), com o objetivo de esquadrihar uma consonância entre os aspectos da evolução da confluência midiática com as relações dos usuários. Refletiremos também sobre o princípio da liberação do polo de emissão, proposto por André Lemos (2006), a

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Graduanda do Curso de Comunicação Social Jornalismo da UFSM, e-mail: clasalvs@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM, e-mail: tanisepozzobon@gmail.com



fim de relacionar essa vertente com a experiência de segunda tela, pois ao permitir novas formas de uso do conteúdo, o usuário tem a possibilidade de uma experiência mais intensa com o evento midiático.

Nos últimos 20 anos houve uma explosão de tecnologias; entre elas estão, principalmente, a ampliação da velocidade da internet e a conexão 3G, responsáveis por mudar as relações entre as pessoas e os meios de comunicação. Somado a isto, a globalização do consumo facilitou a compra de dispositivos móveis que oferecem acesso contínuo a internet. Dessa forma, o fenômeno da segunda tela faz com que os espectadores não assistam mais a transmissão televisiva, por exemplo, em apenas uma tela, mas sempre interagindo com outras plataformas ao mesmo tempo. Estar consumindo um conteúdo na TV enquanto tuita suas impressões ou posta no Facebook ou ainda faz uso da conexão para expandir a própria experiência da programação absorvida, caracteriza o fenômeno da segunda tela.

Dentro deste panorama, o corpus do trabalho se caracteriza na análise das duas formas de experiência de segunda tela (*second screen*): a primeira, interativa, se respalda na participação do usuário em um episódio midiático de maneira instantânea. O receptor é convidado pelo transmissor para discutir sobre o conteúdo consumido, através de redes sociais ou fóruns de discussão, ou seja, por outros canais de comunicação que não sejam a tela principal. A experiência interativa abarca o conceito de cultura participativa e inteligência coletiva, sugerido por Jenkins (2008), no qual canais e séries chamam o usuário para participar do conteúdo através das *hashtags*, por exemplo, e a aproximação das pessoas colabora para o entendimento do todo.

Já a segunda forma de experiência, imersiva, é firmada no princípio da narrativa transmídia, em que a história principal é contada através de múltiplas plataformas complementares. O usuário, nesta experiência, passa a atingir níveis mais profundos de imersão na mensagem consumida, ao ser absorvido intrinsecamente no universo ficcional e preenchido de informações extras as que estão sendo apresentadas na tela principal.

Ao longo deste estudo serão analisadas essas duas formas de experiência separadamente, ressaltando as principais transformações no ato de consumir o conteúdo em cada uma delas. Assim, o estudo foi realizado em dois momentos principais. Primeiramente, há uma contextualização das novas tecnologias na era contemporânea. Dentro desse panorama, ressaltam-se as transformações que elas vêm provocando nas relações entre transmissor e receptor, à medida que possibilitam uma expansão da ação do público sobre o conteúdo e, como a concepção de “tela” vem adquirindo um



significado mais ampliado pelos espectadores. Posteriormente, o estudo avança, de maneira a aprofundar-se na experiência de segunda tela, ressaltando a coexistência narrativa em múltiplas plataformas, sejam através de interações em redes sociais que enriqueçam a discussão da mensagem – experiência de segunda tela interativa – sejam através da imersão do público no universo ficcional, a fim de intensificar a experiência – experiência de segunda tela imersiva.

O cenário das novas tecnologias

Desde o início do século XX, sob o panorama da cultura contemporânea, o mundo tem observado a eclosão de um fenômeno de informação que altera as formas de gerar e difundir o conteúdo e, conseqüentemente, a maneira de compreender a realidade: as novas tecnologias de comunicação. Os avanços tecnológicos evidenciados estão relacionados à interatividade e a possibilidade de um modelo bidirecional de comunicação, no qual os envolvidos têm o poder de enviar e receber a mensagem de forma instantânea. A magnitude destas novas tecnologias permite que os integrantes escolham possibilidades diversificadas de comportamento e de comunicação. O campo dessas tecnologias, atualmente, ocupa uma posição central nas relações da sociedade. A tecnologia *mobile* e a internet 3G, por exemplo, além de alterar o ambiente das experiências, modifica o papel do espectador no conteúdo. Se anteriormente o receptor apenas observava a mídia com um olhar distanciado, agora ele passa a participar da mídia de maneira direta.

Pierre Lévy (1993) destaca que as mudanças na informática representam “[...] um novo campo de tecnologias intelectuais, aberto, conflituoso e parcialmente indeterminado” (LÉVY, 1993, p. 05). Para o autor, as novas tecnologias permitem que os espectadores possam agir sobre o conteúdo consumido. O desenvolvimento das novas tecnologias aplicada aos meios de comunicação intensifica a experiência do espectador. A internet, por exemplo, possibilitou que as mídias de comunicação de massa (rádio, TV, jornais impressos) migrassem para este novo meio, alterando assim, profundamente a relação entre receptor e mensagem, tornando-o um agente colaborativo.

Para Jenkins (2008) a convergência apresenta a próxima fase da evolução tecnológica, de um meio interativo para outro participativo, descrevendo assim, o futuro das mídias e, por extensão, da cultura social. Ao analisar a convergência midiática como



um processo que altera as relações entre espectador e conteúdo é possível entender a teoria proposta pelo autor.

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana.” (JENKINS, 2008, p.30)

O pensamento do coletivo está sendo alterado pelas transformações sociais, resultantes da operação das novas tecnologias. A tecnologia *mobile*, por exemplo, permite que o usuário esteja sempre conectado, de forma a participar e interagir com a mensagem consumida. Assim, cada vez mais usuários são atraídos a esta tecnologia, modificando as necessidades de outrora.

Com o desenvolvimento das tecnologias resultantes da 3ª revolução industrial, as telas vêm trazendo inovações para o campo da comunicação e possibilitando uma nova forma de apropriação pelos espectadores. Se antes o agente não podia modificar a mensagem transmitida, na cultura contemporânea – em que a percepção das mídias também foi afetada –, o aprimoramento tecnológico das telas permite que o espectador participe em níveis mais profundos da produção do conteúdo, tornando-se dessa forma, um agente colaborativo no processo da comunicação.

A coexistência dos meios na era contemporânea

Inicialmente, a tela era vista apenas como um canal de transmissão da mensagem, porém, na cultura contemporânea ela assume um novo papel. A tecnologia e o acesso à informação possibilitam a transformação das telas em canais de interação, em que as pessoas têm a possibilidade de interferir no conteúdo consumido. Levando em consideração que o cenário contemporâneo é caracterizado, principalmente, pela agilidade e rapidez, as tecnologias tem procurado estar cada vez mais sofisticadas, entregando estas características para seus usuários. Antes elas eram compreendidas apenas como ferramentas que facilitavam a comunicação, agora são percebidas de maneira diferenciada: as relações entre emissores e receptores e as tecnologias não são mais tidas como relações apáticas e distantes, mas como uma teia complexa de sensações e sentidos multimidiáticos, atingindo níveis mais profundos de interpretação. Dessa forma, os sujeitos estão criando relações de dependência com as novas tecnologias informacionais, transformando-as numa extensão corporal.



Na era contemporânea, os meios de comunicação coexistem em diferentes plataformas, o consumo das telas passa a ser explorado sob a perspectiva do consumo das mídias interativas e imersivas. Dessa forma, os conteúdos ficcionais ganham espaço em novas telas, fazendo com que o este mundo da ficção acometa o digital e recrie a todo momento, novos personagens, histórias e percepções e, além disso, transmita o conteúdo para públicos diversos. Em relação a isso, o centro das novas experimentações dos espectadores está na nova significância das telas para os sujeitos.

Entretanto, ao falar das telas e suas novas possibilidades experimentais, precisa ser ressaltado que estas experiências só acontecem por meio da conectividade, uma vez que a internet é necessária para interagir com os outros meios de comunicação. Por isso é essencial apresentar os princípios da cibercultura proposto por Lemos (2006) para a assimilação deste espaço e compreensão do surgimento das novas práticas sociais, comunicacionais e produtivas que configuram a cultura contemporânea.

A cibercultura instaura uma estrutura midiática ímpar (estrutura “pós-massiva”, como veremos adiante) na história da humanidade, na qual, pela primeira vez, qualquer indivíduo pode produzir e publicar informação em tempo real, sob diversos formatos e modulações, adicionar e colaborar em rede com outros, reconfigurando a indústria cultural (“massiva”). (LEMOS, 2006, p.02)

Lemos (2006) trata dos três processos culturais da cibercultura – a liberação do polo de emissão, o princípio de conexão em rede e a conseqüente reconfiguração sociocultural a partir de novas práticas produtivas e recombinaatórias – como processos que permitem o entendimento do território digital e os impactos socioculturais das tecnologias comunicativas. Em consonância com Lemos (2006), Lévy (1999, p.17) complementa que “[...] o ciberespaço suporta tecnologias intelectuais, que amplificam, exteriorizam e modificam numerosas funções cognitivas humanas”. O autor interpreta este espaço como um canal que possibilita a interconexão dos sujeitos e aprofunda as experiências humanas.

A busca por novas experiências resultou na ampliação das sensações do espectador e na preocupação com o desenvolvimento de novas tecnologias que privilegiem o processo. Ao mesmo tempo em que a tecnologia avança no aperfeiçoamento do canal transmissor (*smartphones, tablets, smart tvs*), também atenta para o efeito na relação sujeito/mídia. Dessa forma, os resultados tem sido os mais diversificados possíveis, são exemplos disso o desenvolvimento da tecnologia 3G, investimento em dispositivos móveis com conexões cada vez mais eficazes e aparelhos



móveis com telas cada vez maiores. Através dessas transformações, os espectadores começam a vivenciar, simultaneamente à mensagem, experiências transformadoras.

A interatividade como elemento fundamental na experiência de segunda tela

Até agora foram apenas pincelados as formas de experiência de segunda tela e, antes de apresentar cada uma delas, é importante ressaltar que apesar de ambas serem formas inovadoras de aproximação do usuário/espectador com o conteúdo absorvido, através da utilização de uma nova tela, a forma de empregar o suporte complementar nas duas experiências é essencialmente diferente. Na experiência interativa o objetivo da segunda tela é atrair o usuário para um universo em que além de receptor, ele pode atuar como emissor, agindo como sujeito ativo na elaboração da mensagem, enquanto na experiência imersiva, o espectador se mantém como receptor, porém é priorizada a intensificação dos níveis de submersão da mensagem.

A experiência de segunda tela, como a própria expressão já diz, acontece através da conexão do conteúdo principal a uma tela complementar. Como foi observado, anteriormente esta experiência só é possível, em razão das transformações no modo de relacionamento da sociedade com as mídias e da evolução do ciberespaço, que permite a conexão das telas nos eventos midiáticos.

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. (FECHINE, 2013, p. 590)

Para melhor compreensão da experiência interativa de segunda tela, é preciso antes estabelecer algumas definições. Jenkins (2008), ao refletir sobre a narrativa midiática, afirma que ela é configurada a partir de três conceitos: convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva. A convergência midiática já foi discutida anteriormente, em virtude disso, neste capítulo será dado maior ênfase nas definições de cultura participativa e inteligência coletiva, pois essa tipologia de experiência mostra as relações dos usuários com as mídias já neste novo universo digital.



A cultura participativa é desenvolvida dentro do cenário digital das mídias, segundo Jenkins (2008), no qual o público pode participar de forma direta do conteúdo. Ao criar uma rede interativa, em que outras pessoas se aproximam para discutir a respeito de temas dos quais elas concordam ou não, o conceito de cultura participativa vai se formando. O fato das pessoas serem convidadas a comentar em redes sociais, por exemplo, sobre programas que estavam ou ainda estão consumindo, faz com que outras sejam atraídas a participar deste processo, gerando uma teia interativa e participativa.

Entendendo a cultura participativa, o conceito de inteligência coletiva surge para complementar este primeiro. Essa próxima definição tem mais a ver com o procedimento, no qual as pessoas se reúnem, seja por redes sociais, seja por fóruns de discussão, – por meio de articulações colaborativas – para desvendar o todo do conteúdo em questão, do que o conhecimento propriamente adquirido.

O que consolida uma inteligência coletiva não é a posse do conhecimento que é relativamente estática –, mas o processo social de aquisição do conhecimento – que é dinâmico e participativo –, continuamente testando e reafirmando os laços sociais do grupo social. (JENKINS, 2008, p.88)

Após o estabelecimento destes dois conceitos, fica mais fácil a compreensão da experiência de segunda tela interativa. Atualmente, o seriado de televisão *Malhação*⁴(2014) resolveu apostar na interatividade em sua programação. Através de um aplicativo gratuito para *smartphones* e *tablets*, a trama aproxima os espectadores da narrativa, convidando-os a participar do seriado por meio de *quizzes* e *hashtags*. Em troca, o público tem acesso a conteúdo exclusivo do programa, expandindo sua experiência midiática. Assim, a interatividade é a característica essencial do primeiro tipo de experiência de segunda tela, e o compartilhamento não se limita apenas entre o receptor e os veículos de comunicação, mas aos agentes entre si. No momento em que um sujeito se manifesta com relação ao seriado, ele atrai outros para também participar da discussão, formando assim, um conglomerado de interações – inteligência coletiva.

Além de garantir a fidelização de seu público e a interação direta com a programação, os programas de televisão utilizam ainda a conexão como um veículo para recebimento de feedback instantâneo de sua programação. O seriado *Pretty Little*

⁴ Malhação é uma série de televisão brasileira para o público adolescente, produzida e exibida pela Rede Globo desde abril de 1995. Disponível em <<http://gshow.globo.com/novelas/malhacao/2013/index.html>> Acesso 10 nov 2013.



*Liars*⁵, por exemplo, traz a narrativa de cinco amigas no qual uma é assassinada. Ao tentar encontrar pistas sobre o crime, as outras começam a receber ameaças de uma personagem misteriosa. À medida que a produtora lança dicas de quem é essa misteriosa personagem nos episódios da série, ela acompanha as reações do público por intermédio das redes sociais e, conforme o *feedback* do público, ela altera as pistas para outro suspeito.

Esta nova forma de relacionamento, apesar de beneficiar as empresas midiáticas, também favorece o público, pois conforme o conceito de liberação do polo de emissão definido por Lemos (2006), o poder da comunicação que antes estava centrado apenas no emissor tradicional, agora também pertence ao receptor. Dessa forma, o espectador passa a ser um reflexo das práticas sociocomunicacionais da modernidade, agindo simultaneamente, como emissor e receptor de propagação de conteúdo.

Na cultura pós-massiva, que constitui a atual cibercultura, produzir, fazer circular e acessar cada vez mais informação tornam-se atos quotidianos, corriqueiros, banais. Para dar exemplos concretos, podemos dizer que blogs e podcasts tornaram-se novas formas de emissão textual, imagética e sonora pelas quais cada usuário faz o seu próprio veículo. (LEMOS, 2006, p.02)

Ao refletir sobre esta experiência fica evidente a transformação no ato de consumir o conteúdo. A concepção inicial de um emissor que transmite uma mensagem para um receptor através de um canal está sendo modificada; à medida que o emissor instiga o receptor a participar da produção do conteúdo, papéis são invertidos e o receptor também assume o papel de emissor a colaborar na transmissão da mensagem. Além disso, esta experiência mostra que as mídias de massa têm ponderado sobre a importância de múltiplos canais na efetividade da mensagem.

Narrativa transmídia como componente da experiência de segunda tela imersiva

O segundo tipo de experiência de segunda tela é um dos melhores exemplos de narrativa transmídia. A plataforma digital participativa utiliza dispositivos móveis para combinar os conteúdos consumidos, assim a tela principal emite um sinal para a secundária, fazendo com que esta última reconheça o conteúdo e sincronize as histórias. O espectador pode, dessa forma, ampliar sua experiência midiática e fazer parte do

⁵ Pretty Little Liars é um seriado de televisão baseado na série de livros de Sara Shepard. O programa foi estreado em março de 2011 pelas ABC Family. Disponível em <<http://abcfamily.go.com/shows/pretty-little-liars>> Acesso 10 nov. 2013.



conteúdo, coletando mais informações do que teria, por exemplo, se estivesse consumindo só a narrativa tradicional.

A experiência de segunda tela imersiva tem como elemento principal a narrativa transmidiática. Se uma narrativa midiática tradicional transmite o conteúdo para o espectador através de apenas uma plataforma, a narrativa transmídia conta a história principal por meio de diversas plataformas, de forma que cada nova redação contribui de forma diferenciada, porém valiosa, para a compreensão do todo; oferecendo assim, uma extensão do conteúdo apresentado na primeira mídia.

Nesta experiência de segunda tela, a narrativa transmidiática surpreende ao ocorrer, simultaneamente entre diversas telas. Pois ela possibilita ao espectador uma nova forma de colaboração, participação e imersão no conteúdo consumido. Levando em consideração o cenário da contemporaneidade, no qual a expansão das novas tecnologias assume papel de transformação nas relações de consumo, os meios de comunicação se veem obrigados a disponibilizar novas alternativas para um receptor mais exigente, abrindo espaço para que a narrativa transmídia seja cada vez mais utilizada nos dias de hoje.

Um exemplo disso é o seriado televisivo, *Hannibal*⁶. Em si, o programa já é uma narrativa transmídia sincrônica, pois o início da história de Hannibal se deu no cinema e, posteriormente, foi complementada no seriado. Além disso, a história que discorre sobre Will Graham, um talentoso agente do FBI que pede ajuda ao Dr. Hannibal Lecter – um dos maiores psiquiatras do país – para entender a mente complexa de um psicopata; explora a tecnologia digital interconectada em rede das telas para conformar recursos de segunda tela. Enquanto o público assiste o seriado recebe, por intermédio de dispositivos móveis sincronizados com a tela principal, informações extras, em tempo real, do conteúdo – como detalhes sobre o episódio, relação entre os personagens, bastidores de cenas. Esta fragmentação de conteúdo em diversos meios de comunicação corresponde a narrativa transmidia.

A narrativa transmidia é a arte de criação de um universo. Para viver uma experiência plena num universo ficcional, os consumidores devem assumir o papel de caçadores e coletores, perseguindo pedaços da história pelos diferentes canais, comparando suas observações com as de outros fãs, em grupos de discussão online, e colaborando para assegurar que todos os que investiram tempo e energia tenham uma experiência de entretenimento rica. (JENKINS, 2008, p.49)

⁶ Desenvolvido por Bryan Fuller, *Hannibal* é uma série de TV produzida pela NBC, desde abril de 2013. Site: <http://br.axn.com/programas/hannibal>



A narrativa transmídia é uma maneira inovadora de desenvolver o conteúdo. A construção da história segue a lógica de uma narrativa colaborativa, passando a fazer parte de um universo ficcional fragmentado, e mudando assim, o paradigma da narrativa tradicional. O sujeito que antes era observador, agora atua no conteúdo, coletando informações que ampliem sua experiência.

Para que a narrativa em múltiplas plataformas seja eficiente, cada parte da história deve ter autonomia, incentivando níveis de descobrimento do receptor com a finalidade de afixar o público ao conteúdo. Neste momento, é importante ressaltar, as novas formas de relação entre os usuários e as mídias que surgem desta experiência. Esta nova estratégia narrativa não visa, prioritariamente, o consumo, mas níveis mais aprofundados de contato com os espectadores, dando margem para a apropriação do público e participação no conteúdo apresentado.

Através deste conceito norteador, de convergência midiática, proposto por Jenkins (2008) é que se pode compreender a narrativa transmídia e a experiência de segunda tela imersiva. Neste mundo contemporâneo, as relações entre os meios e as pessoas estão passando por profundas modificações. O conteúdo não é mais gerado para uma única tela, mas sim em múltiplas plataformas complementares, levando em consideração as aspirações e desejos do usuário, disponibilizando um ambiente em que o esse possa imergir tão profundamente que passa a ser um personagem e, indiretamente, atua como co-criador da mensagem.

Dessa forma, a união destes três conceitos chave, de Jenkins (2008) – convergência midiática, cultura participativa e inteligência coletiva – sucedem a elaboração do significado de narrativa transmídia e, conseqüentemente da segunda categoria de experiência de segunda tela. Cada vez mais as novas tecnologias estão se expandido e direcionando seu foco ao espectador, ao tornar-se tão intensa, a experiência de segunda tela mistura o mundo real com o mundo ficcional, mostrando que sua maior preocupação é com a imersão completa do público no conteúdo consumido. Ao refletir sobre a experiência de segunda tela fica evidente a importância que os meios de comunicação tem dado para o canal transmissor da mensagem, tornando-o mais interativo, participativo e dinâmico para o receptor.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste artigo foi um desafio compensador: falar sobre os dois tipos de experiência de segunda tela – interativo e imersivo – e as transformações delas no



relacionamento entre emissor e receptor. Falar sobre essas mudanças comportamentais é refletir sobre um assunto ainda muito recente e pouco referido no mundo acadêmico, além de ser uma experimentação muito nova no Brasil. No entanto, apesar das limitações, não deixa de ser oportuno instigar a reflexão sobre como as novas tecnologias afetam, e mais do que isso, modificam essencialmente as relações entre consumidor e mídia consumida.

A expansão da conectividade e o desenvolvimento melhorado dos dispositivos móveis que auxiliam no acesso ao digital são características relevantes para a compreensão das mudanças no papel do espectador dentro do cenário midiático contemporâneo. Dessa forma, são evidentes as transformações e experiências no convívio comunicacional. A evolução dos meios de comunicação faz com que o receptor neutro dê espaço para um sujeito exigente e participativo, conseqüentemente, esse novo perfil de espectador, demanda ao transmissor uma modificação no processo de propagação da mensagem.

Os canais de comunicação estão cada vez mais aprimorados e sendo aperfeiçoados a fim de ampliar a experiência comunicativa. O fenômeno da segunda tela, descrito ao longo do trabalho, explora a interatividade, colaboração e imersão do receptor para a criação de uma nova gama de conteúdo de maneira síncrona em diversas plataformas. O uso combinado de redes de transmissão e conectividade oferece aos usuários uma perspectiva diferenciada de narrativa, tornando-o parte da mensagem.

Assim, os meios de comunicação como conhecemos estão passando por significativas mudanças nas relações com seu público e a interação com a mídia digital é o ponto central destas alterações. Dessa forma, essa nova forma de experiência está beneficiando o processo de comunicação, à medida em que amplia as possibilidades do espectador e não detém mais, isoladamente, o controle dos conteúdo produzido, garantindo maior eficácia no alcance da mensagem e, em contra partida, elevando ainda as expectativas dos receptores.

REFERÊNCIAS

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 sociosemiótica a partir da obra de Eric Landowski**. São Paulo: Estação das letras e cores, 2013.

ÍCARO MARTINS. **Malhação aposta na interatividade**. 2013. Disponível em: <<http://mdemulher.abril.com.br/blogs/redacao-minha-novela/malhacao/malhacao-aposta-na-interatividade/>>. Acesso em: 27 mar. 2014.



JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008. 384 p.

LEMOS, A. **Cibercultura como Território Recombinante**. Transcrição da palestra realizada no ICBA/Instituto Goethe, Salvador, agosto de 2006 no evento Territórios Recombinantes, organizado pelo Prêmio Sérgio Motta, SP.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. São Paulo: Editora 34, 1993. 203 p.