

**A expansão do universo ficcional de
Homeland na segunda tela**

***The expansion of the fictional universe of
Homeland on the second screen***

Daiana SIGILIANO¹
Gabriela BORGES²

Resumo

Este artigo pretende discutir as novas formas de engajamento e expansão do universo ficcional estabelecidas pela segunda tela. O fenômeno, que emerge da convergência da televisão com as novas mídias, se refere à interação paralela e sincronizada com a experiência televisiva feita através de dispositivos móveis. Neste sentido, procuraremos refletir sobre as características e as potencialidades da segunda tela ao analisar um estudo de caso sobre o aplicativo *Showtime Sync*, do canal pago estadunidense Showtime, e os conteúdos gerados na plataforma durante a exibição da quarta temporada da série *Homeland*.

Palavras-chave: Segunda Tela. Televisão. Multi-Interação. *Showtime Sync*. *Homeland*.

Abstract

This paper discusses the new forms of engagement and expansion of the fictional universe established by the second screen. The phenomenon, which emerges from television convergence with new media, refers to parallel and synchronized interaction with the television experience made via mobile devices. In this sense, we will try to reflect on the characteristics and potential of the second screen to analyze a case study on the Showtime Sync application, in Showtime, and generated content on the platform during the display of the fourth season of the series *Homeland*.

Keywords: Second screen. Television. Multi-interaction. *Showtime Sync*. *Homeland*.

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF. Membro do Grupo de Pesquisa em Redes, Ambientes Imersivos e Linguagens (UFJF). E-mail: daianasigiliano@gmail.com

² Professora doutora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF. Colaboradora do Centro de Investigação em Artes e Comunicação da Universidade do Algarve, Portugal. E-mail: gabriela.borges@ufjf.edu.br

Introdução

O futuro da televisão é permeado por prognósticos sobre o seu fim. Entretanto, conforme destaca Machado (2011) essas discussões não se referem ao desaparecimento absoluto do meio, mas a transformação do seu modo de distribuição, produção, financiamento e recepção. “Tudo indica que estamos vivendo o fim de um modelo de televisão e o surgimento de experiências ainda não muito nítidas, mas suficientemente expressivas para demandar pesquisa e análise” (MACHADO, 2011, p.88). Esta transformação da TV, a qual Machado (2011) se refere, é pautada pela confluência do meio com as novas mídias. O processo não só atualiza o meio diante do ecossistema de convergência e dos hábitos de consumo do público, mas também dá continuidade as constantes absorções e misturas que sempre o caracterizaram. Como pontua Santaella (2001, p. 388), “[...] a televisão, por sua própria constituição, é capaz de absorver dentro de si quaisquer outras linguagens”. A hibridação³ do meio vai desde a sua etimologia até o seu gênero.

Ao contrário das discussões apocalípticas que estabelecem uma visão polarizada, a evolução tecnológica é uma das grandes molas propulsoras do amadurecimento da televisão. A invenção do controle remoto e do vídeo cassete, por exemplo, foram fundamentais para o desenvolvimento dos formatos televisivos. O mesmo pode ser observado no engendramento entre a TV e a Internet. De acordo com Murray (2003), ao absorver a linguagem do ciberespaço, a televisão estabelece novos arcabouços de participação, em que as atrações se expandem em outras plataformas contribuindo para a imersão⁴ do público.

É neste contexto de hibridação e transformação da TV que emerge a segunda tela. O fenômeno representa a sinergia entre os dispositivos móveis (*laptop, netbook, notebook, smartphone e tablet*) e a experiência televisiva, possibilitando novas formas de imersão, participação e engajamento da audiência. O objetivo do presente artigo é refletir sobre as características e as potencialidades da segunda tela ao analisar um estudo

³ Segundo Primo (2008, p.42) a hibridação “[...] trata da dissolução de fronteiras, da mestiçagem e da fusão de suportes, linguagens e imagens”.

⁴ “Imersão é um termo metafórico derivado da experiência física de estar submerso na água” (MURRAY, 2003, p. 102).

de caso sobre o aplicativo *Showtime Sync*, do canal pago estadunidense Showtime, e os conteúdos gerados na plataforma durante a exibição da quarta temporada da série *Homeland*.

A multi-interação da segunda tela

Discutido por Proulx e Shepatin (2012) o conceito de segunda tela se refere à interação paralela e sincronizada com a experiência televisiva feita através de dispositivos móveis. Ou seja, enquanto o público assiste a primeira tela, que na maioria das vezes é a televisão⁵, ele interage simultaneamente com uma tela adicional.

Apesar de estarem intrinsecamente ligadas, a segunda tela e a *Social TV* são fenômenos diferentes. A *Social TV* se caracteriza, especificamente, pela postagem de comentários nas redes sociais durante a exibição da grade de programação (PROULX; SHEPANTIN, 2012; ACIERNO, 2012). Já a segunda tela engloba o consumo de conteúdos complementares (acessar sites para consultar a biografia dos atores, sinopse da trama, resumo dos capítulos, informações técnicas, etc.), a interação com aplicativos e o compartilhamento de impressões nas redes sociais. Assim, a *Social TV* é uma das formas de atuação da segunda tela.

Segundo pesquisa⁶ divulgada pela Nielsen (2015) em março deste ano, 62% dos telespectadores norte-americanos navegam na segunda tela enquanto assistem televisão. O fenômeno não só estabelece uma experiência mais aprimorada do conteúdo televisivo, mas também representa uma oportunidade de negócio para as emissoras. De acordo com Chuck Parker, *chairman* da Second Screen Society⁷, até 2016 a receita de publicidade dentro de dispositivos de segunda tela alcançará a marca de US\$ 10 bilhões nos Estados Unidos (ARNAUT, 2014, p.70).

Atualmente, os principais⁸ canais estadunidenses possuem pelo menos um aplicativo de segunda tela. A estrutura das plataformas é composta basicamente por

⁵ Considerando que o público pode assistir a programação televisiva via *streaming* através de computadores, *tablets*, *smartphones*, etc.

⁶ Realizada entre 13 de agosto de 2014 e 5 de setembro de 2014, abordando mais de 30 mil consumidores em 60 países.

⁷ Associação que incentiva a criação, produção, distribuição e adoção de conteúdos e aplicativos para o engajamento da audiência no ambiente da segunda tela.

⁸ Se refere aos canais abertos Fox, ABC, CBS, NBC e CW, e aos segmentados HBO, Showtime, ABC Family e AMC.

duas funções: postagem de mensagens e acesso aos conteúdos complementares. Conforme já discutimos em outros trabalhos (BORGES, 2013; SIGILIANO, 2015), os recursos são usados em distintos formatos como, por exemplo, narrativas ficcionais seriadas, *reality shows*, eventos esportivos, *talk shows*, premiações e telejornais. Porém, independente da segmentação, os aplicativos têm como ponto fundamental o incentivo à interação durante a exibição de determinado programa, o que se convencionou denominar *appointment television*⁹. Machado (2011) afirma que público vem se distanciando da TV com hora marcada desde a chegada do vídeo cassete, nos anos 1970. Ao ter a possibilidade de gravar as atrações e assisti-las quando quiser o telespectador se desprendia da grade de programação. Na contemporaneidade, com a popularização dos serviços de conteúdo *on demand*, dos dispositivos de busca e a segmentação dos canais, a fragmentação do público é ainda maior. Com o intuito de estimular o público a ligar seu aparelho televisivo no horário original de exibição dos programas, os aplicativos de segunda tela oferecem vários recursos que só podem ser acessados enquanto as atrações estão no ar. Desta forma, o usuário pode até navegar no aplicativo de maneira assíncrona à transmissão do conteúdo televisivo, mas terá sua experiência limitada.

Outro ponto comum entre os aplicativos de segunda tela disponíveis no mercado¹⁰ é a presença do que Primo (2007) conceitua como multi-interação. A partir das ações do interagente¹¹ o autor classifica dois tipos de interação: mútua e reativa. De acordo Primo (2007, p.57) a interação mútua é “[...] caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada do relacionamento”. Essa categorização pode ser observada em *chats*, nas redes sociais, na troca de e-mails e outros ambientes em que os interagentes se transformam mutuamente. Já a interação reativa “[...] é limitada por relações determinadas de estímulo e resposta” (PRIMO, 2007, p.57). Ou seja, o caminho percorrido pelo interagente é predeterminado, como, por exemplo, clicar em um *link* e jogar *videogame*. Porém, o autor destaca que alguns ambientes podem estabelecer simultaneamente tanto interações mútuas quanto reativas.

⁹ TV com hora marcada, horário original de exibição de um programa televisivo.

¹⁰ Se refere aos aplicativos de segunda tela disponíveis no iTunes e Google Play.

¹¹ Participantes da interação (PRIMO, 2007).

Essa multi-interação está presente nos aplicativos de segunda tela. Ao acessar as funções predeterminadas pelos desenvolvedores, tais como fazer *check-in*, assistir aos vídeos, visualizar fotos e navegar pelas sessões, a interação se limita a um *input*¹² programado. Já quando o interagente acessa os espaços de troca de mensagens (bate papo, *live chats*, redes sociais, etc.¹³) o automatismo dá lugar à complexidade. Em síntese, ao percorrer os ambientes já definidos, o público realiza uma interação reativa e, ao compartilhar suas impressões nas redes sociais ou em *live chats*, a interação se torna mútua. Essas diferentes intensidades de interação pelas quais o usuário percorre trazem maior dinamicidade aos aplicativos, possibilitando o desenvolvimento de plataformas voltadas especificamente para a TV.

Proulx e Shepatin (2012) destacam dois formatos de aplicações predominantes no ecossistema da segunda tela: o *check-in* televisivo e o *second screen co-viewing*. Segundo os autores, estes aplicativos ajudam na fidelização do público e estimulam a propagação das atrações pelos telespectadores. De modo geral, os aplicativos de *check-in* são caracterizados por apresentarem informações sobre a programação televisiva, não se restringindo a um canal ou gênero, e permitem que o telespectador interagente informe o programa que está assistindo naquele momento. Entre as plataformas mais populares¹⁴ estão: *TV ShowTime*, *TV Show Tracker* e *Viggle*.

Já o *second screen co-viewing* é destinado às atrações específicas e tem a função de estender o conteúdo exibido na TV para uma tela adicional. Neste formato a interações da segunda tela são sincronizadas com o aparelho televisivo através da tecnologia *Time Sync*¹⁵ ou por intervenções geradas automaticamente pelo sistema. Aplicativos, como, por exemplo, *Fox Now*, *Breaking Bad Story Sync* e *The Walking Dead Story Sync* possibilitam ao público realizar compras e acessar informações complementares durante as atrações.

¹² Entrada, ação de produção. Ver Primo, 2000.

¹³ Os aplicativos de segunda tela utilizam dois modos de acesso ao *backchannel*: vinculam o aplicativo ao fluxo gerado nas redes sociais e/ou criam *chats* restritos apenas aos usuários da plataforma.

¹⁴ De acordo com o *ranking* do iTunes e Google Play.

¹⁵ Segundo Jones (2013) o *Time Sync* reconhece um programa transmitido através de um aparelho de TV e lança módulos interativos na segunda tela correspondentes com a programação.

A reconfiguração da experiência televisiva

Lançados em 2010, os aplicativos Get Glue, Miso e Philo introduziram um novo conceito na experiência televisiva: o *check-in*. O recurso baseia-se na arquitetura informacional do Foursquare¹⁶, porém as interações não são orientadas pelo *Global Positioning System*¹⁷ dos dispositivos móveis. Enquanto os aplicativos de geolocalização compartilham o posicionamento do usuário, nas plataformas de *check-in* televisivo o interagente seleciona o programa que está assistindo naquele momento e compartilha a informação com os amigos. Conforme pontuam Proulx e Shepatin (2012),

Years ago, the way in which one “checked-in” to a television show was simply to turn the TV and watch. The notion of using a mobile application to literally broadcast to your friends what you are watching simply did exist. TV check-in services are yet another way that television is being taken out of the solitary home environment and made into a fun and competitive Social TV experience¹⁸ (p.60).

Disponibilizados gratuitamente pelos desenvolvedores, os aplicativos Get Glue, Miso e Philo abrangem toda a grade de programação estadunidense, não se restringindo a um canal específico. As plataformas se estruturam a partir de dois recursos básicos: a gamificação e a *Social TV*. O conceito de gamificação¹⁹ “[...] corresponde ao uso de mecanismos de jogos orientados ao objetivo de resolver problemas práticos ou de despertar engajamento entre um público específico” (VIANNA *et al.*, 2013, p.15). Esse engendramento de alguns elementos inerentes aos *videogames* está presente nos aplicativos através da distribuição de recompensas e da criação de *rankings*. Ao realizar o *check-in* durante a exibição de um programa o telespectador interagente ganha *stickers*²⁰ e *badges*²¹ virtuais. As condecorações vão desde títulos como “*Super Fan*”, desbloqueados após cinco *check-ins* consecutivos da mesma série, até medalhas

¹⁶ Rede social que permite que o usuário compartilhe sua localização geográfica (*check-in*) com seus seguidores por meio do sistema de GPS de seu dispositivo.

¹⁷ Também conhecido como Sistema de Posicionamento Global ou GPS.

¹⁸ Antigamente, a experiência televisiva se limitava a ligar a TV e assistir a um programa. A ideia de usar um aplicativo parte do mesmo princípio, porém esse ato é compartilhando com os amigos. O *check-in* televisivo como o ecossistema de conectividade está transformando a solidão da sala de estar em uma experiência dinâmica e divertida (Tradução livre).

¹⁹ *Gamification* em inglês.

²⁰ Adesivos, Etiquetas.

²¹ Condecorações, medalhas.

comemorativas referentes aos episódios, personagens e *plots*²². Wolk (2015) pontua que a gamificação incentiva a prática da *appointment television*, pois os recursos só podem ser desbloqueados enquanto o programa está no ar. Desta forma, o público pode até optar por assistir à atração fora do seu horário original de exibição, mas perderá todas essas interações.

A forma de operação dos *videogames* também está presente nas competições promovidas pelos aplicativos. Cada *check-in* realizado pelo telespectador interagente é convertido em pontos, que posteriormente são classificados em um *ranking* dos usuários mais ativos. De acordo com a colocação nesta listagem o público pode ganhar descontos na compra de DVDs, CDs, camisetas, canecas, entre outros produtos relacionados aos programas. A *Social TV* é outro elemento recorrente nos aplicativos de *check-in* televisivo. O compartilhamento de conteúdos (comentários, fotos, vídeos e memes) pode ser feito nos *chats* das próprias plataformas, que se limitam aos interagentes cadastrados, ou postados diretamente nas redes sociais Facebook e Twitter.

As novas possibilidades de interação do público inauguradas pelo Get Glue, Miso e Philo foram fundamentais para o desenvolvimento do ecossistema da segunda tela. Proulx e Shepatin (2012) afirmam que após o lançamento das plataformas, o mercado de aplicativos móveis voltado para televisão cresceu vertiginosamente nos Estados Unidos, dando início a outros formatos, como, por exemplo, o *second screen co-viewing*.

Distribuídos pelas próprias emissoras, os aplicativos de *co-viewing* têm o objetivo de estender o conteúdo televisivo para a segunda tela. O canal estadunidense ABC foi o primeiro a usar o formato para engajar o público. Durante a exibição de *My Generation* (2010) os telespectadores podiam baixar o aplicativo *My Generation Sync* e acessar as informações complementares sobre o universo ficcional da série. As interações do app eram sincronizadas com a TV, e na medida em que as cenas iam ao ar o público navegava por enquetes, *making off* e *quizzes*.

Apesar de abranger distintos gêneros televisivos, a *second screen co-viewing* é frequentemente usada pelas narrativas ficcionais seriadas estadunidenses. Neste âmbito, as interações vão além das informações complementares e estabelecem novas camadas imersivas às tramas.

²² História da série ou da temporada ligada ao principal arco narrativo.

Showtime Sync: o aprofundamento do universo ficcional de *Homeland*

Lançando em 2012, o aplicativo *Showtime Sync*²³ tem o objetivo de aprofundar os arcos narrativos das séries exibidas pelo canal pago estadunidense Showtime. Atualmente a plataforma está disponível para as atrações *Homeland* (2011), *Episodes* (2011), *House of Lies* (2012), *Ray Donovan* (2013), *Masters of Sex* (2013) e *Penny Dreadful* (2014). Ao acessar o aplicativo durante a exibição destes programas, o telespectador interagente poderá participar de enquetes, compartilhar cenas e *quotes*²⁴ da história nas redes sociais e desbloquear vídeos que desmembram pontos-chaves do universo ficcional. Os conteúdos são postados à medida em que as tramas vão ao ar através da sincronização entre o dispositivo móvel e o aparelho televisivo feita pelo *Time Sync*.

Mesmo partindo da estrutura dos aplicativos de *second screen co-viewing* o *Showtime Sync* estabelece uma nova experiência televisiva. Ao contrário das outras plataformas que utilizam a tecnologia *Time Sync*, todas as interações do app do Showtime são ativadas somente a partir do áudio da televisão. Isto é, o telespectador interagente só consegue acessar os conteúdos durante a exibição dos programas, fora deste horário a plataforma não funciona.

Além de estimular o *appointment television*, o *Showtime Sync* engendra um ambiente híbrido que une duas formas de distribuição de conteúdo: a de fluxo e a de arquivo. Segundo Cannito (2010, p.49) a televisão transmite sua grade de programação seguindo o fluxo temporal de modo unidirecional e regular. Ao contrário dos serviços²⁵ de conteúdo *on demand*, em que é possível escolher como, onde e quando assistir os títulos, na TV a programação segue um fluxo contínuo independente da vontade do público. Já a Internet é classificada por Cannito (2010, p. 50) como “[...] um meio predominantemente de arquivo. É claro que ela pode ser usada para exibir fluxos, mas não estaria fazendo o seu melhor, o seu específico”. Tudo demanda a interação do público, é a partir do clique, do acesso, da navegação que os conteúdos são exibidos.

²³ Disponível em: <<https://goo.gl/6YKw7k>>. Acesso em: 17 jul. 2015.

²⁴ Citações.

²⁵ Como, por exemplo, Netflix, Hulu, Globosat Play, HBO Now, etc.

No *Showtime Sync* observamos o encontro dessas duas formas de distribuição de conteúdo. Mesmo tendo suas funções desencadeadas pela a interação do telespectador, a plataforma só é ativada a partir do fluxo televisivo. Essa sinergia entre o fluxo e o arquivo materializa o que Murray (2003) conceitua como experiência combinada. Segundo a autora a hibridação da TV e Internet faz com que o público passe de “[...] atividades sequenciais (assistir e, então, interagir), para atividades simultâneas, porém separadas (interagir enquanto se assiste), para uma experiência combinada (assistir e interagir num mesmo ambiente)” (MURRAY, 2003, p.237). O ambiente interativo do *Showtime Sync* funde o aparelho televisivo com o dispositivo móvel, em que completa um o outro. Ao operar em sincronia, as telas não disputam a atenção do público e estabelecem uma experiência imersiva.

Exibida entre 5 de outubro de 2014 e 21 dezembro de 2014 a quarta temporada de *Homeland* usou a interatividade do *Showtime Sync* para aprofundar o universo ficcional. A série conta a história de Carrie Mathison (Claire Danes) uma oficial de operações da CIA que sofre de transtorno bipolar. O principal arco narrativo da trama é desencadeado quando o sargento Nicholas Brody (Damian Lewis) é libertado após passar oito anos como prisioneiro de guerra da Al-Qaeda. Depois de receber uma denúncia, Carrie (Claire Danes) acredita que Brody (Damian Lewis) passou para o lado da Al-Qaeda e inicia uma investigação para impedir um novo ataque terrorista em solo americano (IMDB, 2012).

Desenvolvida por Howard Gordon e Alex Gansa, *Homeland* apresenta um modelo de *storytelling* conceituado como *complex TV*. O termo foi cunhado por Jason Mittell (2012; 2015) e “[...] se diferencia por usar a complexidade narrativa como alternativa às formas episódicas e seriadas que têm caracterizado a TV americana desde sua origem” (MITTELL, 2012, p.30). Este formato recusa “[...] a necessidade de fechamento da trama em cada episódio” (MITTELL, 2012, p.36) e mesmo partindo de um arco narrativo principal explora distintos gêneros. A *complex TV* estimula a participação dos telespectadores e a ampliação de universos ficcionais que vão além da televisão. Conforme aponta Mittell (2012, p. 31) “[...] a complexidade narrativa oferece uma gama de oportunidades criativas e uma perspectiva de retorno do público que são únicas no meio televisivo”. *Homeland* também é caracterizada por outro elemento

recorrente nas produções na *Post-Network Television*²⁶ em que as personagens femininas deixam de ser apenas “[...] um obstáculo ou um estímulo ao progresso existencial do herói masculino” (MARTIN, 2014, p. 22) e passam a conduzir a história.

Ao acessar o *Showtime Sync* durante a exibição da quarta temporada da série, os telespectadores interagentes podiam assistir aos conteúdos complementares produzidos especialmente para o aplicativo, participar de enquetes sobre os principais acontecimentos da trama e compartilhar trechos de suas cenas preferidas nas redes sociais. Pautados na complexidade narrativa de *Homeland*, os conteúdos complementares disponibilizados na segunda tela aprofundavam os *plots* explorados ao longo da temporada. O material era dividido em três sessões: *True Spies*, *Behind Episodes* e Comentários do *showrunner*²⁷ Alex Gansa.

Composta por 12 capítulos, um para cada episódio da quarta temporada, a *True Spies* era uma série de entrevistas com a ex-chefe de operações de CIA. Nos vídeos, que tinham em média 1 minuto e 30 segundos de duração, Carol Rollie Flynn relatava sua rotina dentro da agência de inteligência civil do governo estadunidense. Para não prejudicar o entendimento do telespectador interagente, o conteúdo era disponibilizado no *Showtime Sync* durante o intervalo comercial de *Homeland*. Os depoimentos de Carol não só contextualizavam as principais temáticas do episódio que estava no ar, mas traziam verossimilhança aos dramas vividos por Carrie Mathison (Claire Danes). No capítulo *Life After the CIA*, por exemplo, Flynn conta como foi difícil se desligar completamente do dia-a-dia estressante do qual estava acostumada quando chefiava as operações da CIA. Os relatos de Carol iam ao encontro das situações que Mathison (Claire Danes) estava vivenciando na trama e ajudavam o público a compreender as atitudes da personagem.

²⁶ De acordo com Lotz (2007) a *Post-Network Television* é marcada por mudanças nos modos de distribuição, produção, financiamento e recepção do conteúdo televisivo. Como, por exemplo, a complexidade narrativa dos seriados e a chegada do fã ávido.

²⁷ Segundo Bennett (2014, p.19) *showrunner* é um termo utilizado para designar o profissional responsável pela produção executiva e criativa de uma série de TV.



Figura 1: Cenas do capítulo *Life After The CIA*, da série de entrevistas *True Spies*.
Fonte: *Showtime Sync*.

Já os 12 capítulos de *Behind Episodes* mostravam o *making off* das gravações e entrevistas com a equipe técnica e com o elenco de *Homeland*. O conteúdo, que podia ser acessado no *Showtime Sync* após a exibição do episódio da série, aprofundava o universo ficcional. Mittell (2015, p. 134-135) afirma que os personagens da *complex TV* são caracterizados por sua densidade. Segundo o autor, muitas vezes as ações dos personagens são opostas às suas reais intenções. Além de apresentar os bastidores da série, o *Behind Episodes* minuciava a subjetividade presente nas cenas da trama. Como, por exemplo, no capítulo *Trylon and Perisphere* que a atriz Claire Danes explica a relação conturbada que Carrie Mathison tem com a filha. “Carrie não tolera estar no mesmo espaço que sua filha, porque ela traz a tona lembranças muito dolorosas, que envolvem a sua infância²⁸ e a morte de Brody²⁹”, pontua.



Figura 2: Imagens do capítulo *Trylon and Perisphere*, de *Behind Episodes*.
Fonte: *Showtime Sync*.

²⁸ Na história Carrie foi abandonada pela mãe quando era criança.

²⁹ Livre tradução das autoras para a transcrição do vídeo.

Na sessão de conteúdos complementares do *Showtime Sync* também era possível assistir às principais cenas do episódio que estava no ar com os comentários do *showrunner* Alex Gansa. O áudio detalhava os processos de produção e gravação da quarta temporada.

Utilizando a gamificação para estimular a participação do público, o aplicativo de *second screen co-viewing* promoveu uma competição durante a exibição de *Homeland*. Ao longo da trama foram lançadas enquetes relacionadas ao universo ficcional. Os telespectadores interagentes que acertavam as perguntas acumulavam pontos, que posteriormente poderiam ser trocados por produtos (DVDs, canecas, chaveiros e camisetas) da loja online do Showtime.

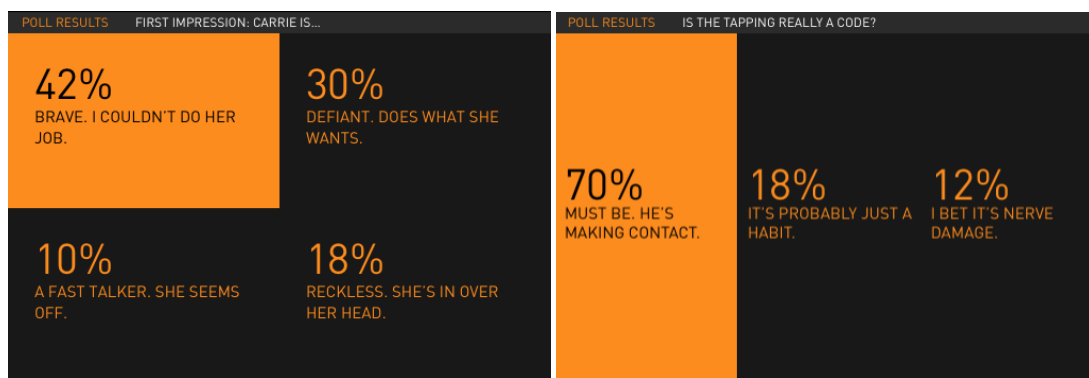


Figura 3: Enquete de *Homeland* no aplicativo *Showtime Sync*.
Fonte: *Showtime Sync*.

Com objetivo de propagar a série no *backchannel*³⁰ o *Showtime Sync* possibilitava que o público compartilhasse trechos dos episódios nas redes sociais. Ao postar o conteúdo, o aplicativo incluía automaticamente a *hashtag*³¹ oficial da série (*#Homeland*) e um *link* para o site da emissora.

As interações promovidas pela plataforma do Showtime mostram como a segunda tela pode ser usada para aprofundar o universo ficcional das narrativas ficcionais seriadas contemporâneas. O *Showtime Sync* estende a história apresentando ao telespectador interigente camadas imersivas inéditas de *Homeland*, estabelecendo

³⁰ Se refere ao canal secundário de compartilhamento de conteúdo formado nas redes sociais durante exibição de um programa televisivo (PROULX; SHEPATIN, 2012).

³¹ Indexadores responsáveis por agregar em um único fluxo os *tweets* que giram em torno do mesmo assunto, tópico e/ou palavras-chaves (SANTAELLA; LEMOS, 2010).

assim uma experiência combinada, em que a TV e o dispositivo móvel integram o mesmo ambiente.

Considerações finais

A segunda tela inaugura novas formas de participação, imersão e engajamento dos telespectadores. Entretanto, ao expandir a trama para os dispositivos móveis as emissoras e os desenvolvedores de aplicativos precisam ser cautelosos, já que o conteúdo será acessado de maneira sincronia e paralela à experiência televisiva. Assim, é fundamental que uma tela não entre em conflito com a outra e que a TV continue sendo o núcleo do universo ficcional do programa. Conforme destacam Geerts e Grooff (2009, p.597), “This means that interaction with the system as easy and fluent as possible so that the attention to the system is instinctive, and viewers can pay enough attention in the program itself³²”.

Os conteúdos disponibilizados no aplicativo *Showtime Sync* durante a exibição de *Homeland* vão além do habitual incentivo ao *appointment television* e oferecem ao telespectador uma experiência combinada. Essa sinergia estabelecida entre o aparelho televisivo e a segunda tela faz com que público tenha acesso a novas camadas imersivas. Ao acompanhar os episódios da *True Spies*, por exemplo, o telespectador obteve informações que o ajudaram a compreender a complexidade narrativa da série. Desde as nuances da personalidade de Carrie Mathison (Claire Danes) aos relatos sobre as operações da CIA, todos os conteúdos audiovisuais desenvolvidos para o aplicativo forneceram detalhes importantes sobre o universo ficcional, ampliando a perspectiva do telespectador.

A convergência da televisão com os dispositivos móveis faz com que o meio dê continuidade à sua constante hibridização de linguagens. Neste ambiente os *tablets*, *smartphones* e *notebooks* deixam de competir com a TV e passam a integrar, de uma maneira até então inédita, a experiência televisiva. Proporcionando ao telespectador um universo ficcional mais dinâmico e interativo.

³² “Isto significa que a interação com o sistema deve o mais fácil e fluente possível, para que a atenção ao sistema seja instintiva, e os telespectadores possam prestar atenção suficiente no próprio programa” (Tradução livre).

Referências

ACIERNO, Margherita. **A tutta tv!** nuovi modi di guardare la televisione al tempo di internet. Milano: Lupetti, 2012.

ARNAUT, Rodrigo. Os impactos da segunda tela na *Social TV*. In: **Revista da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão**, São Paulo, ed. 141, p.68-70, 2014
BENNETT, Tara. **Showrunners: the art of running a TV show**. London: Titan Books, 2014.

BORGES, Gabriela. **Social TV: discussões preliminares sobre o fenômeno**. COLÓQUIO INTERNACIONAL EM MÍDIA DIGITAL - TELEVISÃO E INTERATIVIDADE, 1, Juiz de Fora-MG. **Anais...** Juiz de Fora: UFJF, 2013. CD-ROM.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital; interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Plexus, 2010.

FINGER, Cristiane; SOUZA, Fábio C. Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. In: **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 19, n. 2, p. 373-389, 2012. Disponível em: <<http://goo.gl/QlmMlt>>. Acesso em 1 mai. 2015.

CANNITO, Newton. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Plexus, 2010.

FINGER, Cristiane; SOUZA, Fábio C. Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. In: **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 19, n. 2, p. 373-389, 2012. Disponível em: <<http://goo.gl/9MEDH4>>. Acesso em 1 mai. 2015.

GEERTS, David; GROOFF, de Dirk. Supporting the Social Uses of Television: Usability Heuristics for Social TV. In: **Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems**, New York, p.595-604, 2009.

Guerra das telas: a batalha pelo espaço visual em um mundo de TVs por todos os cantos. **Nielsen**, 2015. Disponível em: <<http://goo.gl/sCou5H>>. Acesso em: 3 jun. 2015.

Homeland (2011-). **IMDB**, 2015. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt1796960/>>. Acesso em: 20 jul. 2015.

Jones, TOM. Sincronismo de mídias e suas tecnologias - Como os tablets estão se tornando parte essencial da experiência de assistir TV. In: **Revista da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão**, São Paulo, ed. 135, p.74-75, 2013.
LOTZ, Amanda. **The television will be revolutionized**. New York: New York University Press, 2007.

MACHADO, Arlindo. Fim da televisão? In: **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 86-97, 2011. Disponível em: <<http://goo.gl/6JaiPi>>. Acesso em: 3 jun. 2015.

MARTIN, Brett. **Homens Difíceis**: os bastidores do processo criativo de Breaking Bad, Família Soprano, Mad Men e outras séries revolucionárias. São Paulo: Aleph, 2014.

MITTEL, Jason. **Complex TV**: the poetics of contemporary television storytelling. New York: NYU Press, 2015.

_____. Complexidade Narrativa na Televisão Americana Contemporânea. *In: Revista Matrizes*, São Paulo, vol. 5, n°2, p. 29- 52, 2012.

MURRAY, Janet H. **Hamlet no holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São Paulo: Itaú Cultural, 2003.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura e cognição. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. Interação Mútua e Interação reativa: uma proposta de estudo. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 12, p.81-92, 2000.

PROULX, Mike; SHEPATIN Stacey. **Social TV** – How marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media, and mobile. New Jersey: John Wiley & Sons Inc, 2012.

SANTAELLA, Lúcia. **Matrizes da linguagem do pensamento**: sonora, visual, verbal. 1. ed. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.

SIGILIANO, Daiana. Experiencia en múltiples pantallas. *In: Revista da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão* (Edição em Espanhol), São Paulo, ed. 003, p. 44-46, 2015.

VIANNA, Ysmar; VIANNA, Maurício; MEDINA, Bruno; TANAKA, Samara. **Gamification, Inc.**: como reinventar empresas a partir de jogos. Rio de Janeiro: MJS Press, 2013.

WOLK, Alan. **Over the top**: how the internet is (slowly but surely) changing the television industry. New York: CreateSpace , 2015.