

Modos de interação e processos cognitivos na TV Social ¹

Melissa Ribeiro Almeida²

1 Texto originalmente apresentado durante o *I colóquio Internacional de mídias digitais: televisão e interatividade*, realizado em dezembro de 2013, na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

2 Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). melissa.ribeiro@yahoo.com.br.

Resumo

O artigo propõe a análise dos processos cognitivos e dos modos de interação desenvolvidos na TV Social, forma de recepção televisiva que combina a experiência de ver TV com a de navegar simultaneamente na Internet, interagindo em redes sociais. A investigação parte de uma perspectiva de "cognição ampliada", que entende a cognição não como um processo exclusivo da mente dos indivíduos, mas que envolve os dispositivos técnicos utilizados, os ambientes e as interações realizadas entre pessoas e grupos sociais. Toma-se, como objeto de análise, o site de medição de audiência televisiva brasileira em mídias sociais *Tv square*.

Palavras-chave

Televisão, TV Social, convergência midiática, mídias sociais, cognição.

Abstract

This article proposes an analysis of cognitive processes and modes of interaction developed on Social TV, a form of television reception which combines the television watching experience with navigating the Internet simultaneously, interacting on social networks. The research presented here is part of a perspective of "extended cognition", which considers cognition not as a process exclusive to the minds of individuals, but that involves the technical devices used, environments and interactions made between individuals and social groups. The object of analysis is the website *Tv square*, which measures Brazilian television audience participation in social media.

Keywords

Television, Social TV, media convergence, social media, cognition.

O debate contemporâneo sobre televisão encontra-se indissociável do conjunto complexo e dinâmico de práticas comunicacionais construídas por uma nova lógica para produção/consumo de informação. Algumas tentativas de compreender as diferentes experiências de audiência televisiva apostam em uma linha evolutiva, que vai da paleo à neotelevisão (ECO, 1984; CASSETTI; ODIN, 1990), outras prenunciam o fim da televisão (MISSIKA, 2006) e algumas propõem novos caminhos, como a “hipertelevisão” (SCOLARI, 2008), construída pelos hibridismos com outras mídias e espaços midiáticos. Em comum, essas diferentes perspectivas defendem que o meio televisivo sofre contínuas transformações ao longo da história.

Impulsionada pelo impacto da Internet e pelo uso intenso de mídias sociais, a televisão contemporânea vem passando por uma profunda reformulação. Os textos televisivos se desdobram em múltiplas plataformas e o telespectador utiliza as redes sociais para ampliar sua experiência televisiva, comparando dados, compartilhando informações e participando colaborativamente da produção de conhecimento. Essa experiência de ver televisão, em que se navega na internet e ao mesmo tempo se interage com outras pessoas, estendendo a audiência televisiva para além do aparelho de televisão, tem sido denominada “Social TV” ou “TV Social”. O fenômeno está relacionado ao crescimento da banda larga e à popularização de dispositivos móveis, como *notebooks*, *smartphones* e *tablets*. A indústria do entretenimento também possui importante contribuição, na medida em que investe cada vez mais em narrativas transmidiáticas (JENKINS, 2008), que fazem uso de diversos suportes para o desenvolvimento de uma trama.

Um levantamento realizado pela empresa Ericsson, em 2012, mostra que 62% dos consumidores no mundo usam redes sociais enquanto assistem televisão. No Brasil, 30% dos consumidores acessam a internet e assistem à televisão simultaneamente, segundo pesquisa do IBOPE Media, publicada em 2013. Para entender o que motiva o telespectador a usar as redes sociais enquanto assiste à televisão, a *Viacom internacional media networks* realizou um estudo global

chamado *When networks network: tv gets social*. O levantamento divulgado em 2013 apontou que espectadores envolvem-se em atividades relacionadas à televisão em mídias sociais motivados por três fatores: funcionalidade (busca por informações, horários); popularidade (conexão com os outros) e diversão (participação em promoções). As atividades mais comuns são: interagir com amigos e fãs (72%); seguir/curtir os perfis de um programa de TV (57%); compartilhar ou recomendar programas (61%); assistir clipes ou trailers (61%), buscar informações sobre programas (66%) e inscrever-se para concorrer a brindes (49%). Esses percentuais consideram a possibilidade de resposta a mais de um item. A pesquisa também descobriu que os telespectadores brasileiros são os que mais utilizam mídias sociais em atividades relacionadas à televisão.

Os dados acima apontam para a complexidade das informações televisivas no cenário atual. Embora pesquisas de mercado recentes tentem desvendar as motivações para o acesso simultâneo televisão-internet, tais levantamentos demonstram um interesse puramente empírico e restringem-se a identificar as alterações no consumo e no comportamento do consumidor. Percebe-se, entretanto, uma lacuna sobre as implicações destas mudanças no desenvolvimento cognitivo dos indivíduos. Para autores como Henry Jenkins (2008), Steven Johnson (2001), Carlos Scolari (2008), Edwin Hutchins (2000), Andy Clark (2001), Donald Norman (1993) e pesquisadores brasileiros como Alex Primo (2007), Paula Sibilia (2008), Lúcia Santaella (2004), Fátima Régis, Raquel Timponi e Alessandra Maia (2012b), as práticas convergentes de comunicação impõem novos desafios cognitivos aos sujeitos, exigindo a adaptação do sistema perceptivo humano. A pesquisadora Paula Sibilia (2008) acredita que o desenvolvimento de diversas atividades de forma simultânea, por exemplo, pode indicar não a perda da capacidade de concentração, mas sugerir novas habilidades cognitivas, como a análise e a resposta a informações de forma extremamente veloz. Para Alex Primo, os ambientes digitais têm desenvolvido nos indivíduos a capacidade de *multi-interações* simultâneas. E a esse novo sujeito, que constrói o conhecimento por uma leitura hipermidiática, Lúcia Santaella (2004) chama de "leitor imersivo".

Partindo desse viés, o presente artigo objetiva investigar os processos cognitivos que se desenvolvem na TV Social, bem como as formas de espetatorialidade e interação que se erguem na televisão contemporânea. Acreditamos que a experiência combinada assistir-interagir complexifica a recepção televisiva, promovendo experiências perceptivas inovadoras e exigindo do telespectador habilidades cognitivas específicas. O telespectador passa a reunir, ao mesmo tempo, habilidades cognitivas próprias à recepção televisiva e competências cognitivas específicas aos ambientes digitais interativos. Uma vez que a experiência do telespectador deixa de estar condicionada exclusivamente à percepção audiovisual e passa a abarcar uma série de outras linguagens e elementos, como interfaces gráficas, navegação hipermidiática, movimentos táteis e interações sociais, apostamos que a TV Social promove uma resignificação do conceito de espetatorialidade televisiva.

Tendo em vista a complexidade desse fenômeno, propomos que a investigação dos processos cognitivos desenvolvidos na TV Social parta de uma perspectiva de “cognição ampliada” (RÉGIS et al., 2012b), tendo como base teórica o mapeamento desenvolvido por Régis, Timponi e Maia (2012b) de três modelos cognitivos contemporâneos: *cognição integrada* (CLARK, 2001), *cognição encadeada* (SALVUCCI; TAATGEN, 2011) e *cognição distribuída* (HUTCHINS, 2000). Para materializar nossa proposta teórica, utilizaremos como objeto de estudo a plataforma *Tv square*, sistema de medição da audiência televisiva brasileira em mídias sociais em tempo real, gratuito, e que permite a interação de telespectadores enquanto assistem à televisão.

Práticas de comunicação e processos cognitivos na cibercultura

Ben Singer (2004), Georg Simmel (1987), Jonathan Crary (1992), Walter Benjamin (1985) e Siegfried Kracauer (2009) lançaram o olhar sobre a modernidade, revelando as formas com que os dispositivos de comunicação deste período reconfiguraram as percepções e as experiências subjetivas dos indivíduos, exigindo novas habilidades sociais e sensoriais, como pontualidade, calculabilidade,

concentração, exatidão e capacidade seletiva. A ideia de visão subjetiva e da observação corporificada (CRARY, 1992) e a emergência do “observador de segunda ordem” (GUMBRECHT, 1998) como aquele sujeito que se observa enquanto observa o mundo e, por isso, torna-se consciente de sua constituição corpórea, tensionaram a relação do sujeito com os objetos no contexto moderno e abriram novas possibilidades de entendimento sobre os processos cognitivos.

Os modos de percepção vigentes no século XIX se erguem pela reconfiguração da subjetividade, concernente não mais a uma experiência objetiva do mundo, mas a processos cada vez mais subjetivos, que incluem a densidade e a materialidade dos corpos (CRARY, 1992; GUMBRECHT, 1998). As investigações sobre a atenção e a capacidade seletiva dos indivíduos (CRARY, 1992) tiveram fundamental relevância neste contexto, demonstrando de que maneira a presença do corpo e as formas de poder discursivo e institucional construíram um regime de visualidade e percepção próprio à situação moderna.

Recentemente, estudos sobre as práticas comunicacionais emergentes na Cibercultura demonstram que os dispositivos digitais exigem (ou estimulam) uma nova capacidade perceptiva e cognitiva dos indivíduos para lidar com as interfaces digitais e a participação ativa do público (SANTAELLA, 2004; JENKINS, 2008; JOHNSON, 2001). Desse modo, um novo regime de visualidade e de percepção estaria em construção na contemporaneidade. Para Steven Johnson (2001), a manipulação direta das coisas por meio do mouse ou por *touchscreen* e as novas interfaces gráficas permitem uma exploração do ambiente informacional de maneira não sequencial, fragmentada e aleatória, cabendo ao próprio usuário definir as conexões a serem feitas, acumulando as informações em forma de textos, imagens e sons. Encarada como um processo cultural e não tecnológico, a convergência midiática para Jenkins (2008) transforma a “mentalidade dos indivíduos”, a forma de produzir, processar, organizar e compartilhar ideias.

Tendo como referência os autores supracitados, Fátima Régis, Raquel Timponi e Alessandra Maia (2012b) afirmam que a complexidade das práticas comunicacionais hodiernas, como a participação colaborativa, as novas formas de interação, a vasta

quantidade de informações em inúmeras plataformas, a necessidade de focar a atenção, selecionar tarefas e dar respostas intelectuais e sensoriais velozes e de lidar com novos softwares e códigos midiáticos, desafiam os processos cognitivos dos usuários, uma vez que propiciam experiências perceptivas nunca antes vivenciadas. A TV Social exige, por exemplo, a combinação de atividades intelectuais e sensório-motoras, envolvendo distintas ações do telespectador e uma capacitação afetiva e social para coordenar diversas conversas, ao mesmo tempo, com diferentes pessoas e sobre diversos assuntos. Neste contexto, mais do que telespectador, o indivíduo se torna um interagente (PRIMO, 2007), disseminando opiniões, promovendo o intercâmbio de ideias e construindo debates. Ele precisa lidar com duas interfaces diferentes ao mesmo tempo: a da tela da TV e a da tela do dispositivo móvel. Por esta razão, a nomenclatura telespectador/interagente será utilizada, enfatizando o papel ativo dos indivíduos no processo de recepção/circulação de conteúdos na TV Social.

Sobre esta última questão, June Deery (2003) apresenta uma importante contribuição aos estudos sobre a audiência televisiva contemporânea. Ela defende que o ambiente *online* torna a audiência televisiva mais ativa e participativa em relação a audiências anteriores, por meio de dois tipos de interatividade: rasa e profunda. Na primeira, a ação do telespectador não altera de nenhum modo a transmissão, como na navegação no site da emissora de TV para conhecer os programas. Já na segunda, há interferência no conteúdo ou na programação televisiva, como no caso das votações em *reality shows* para eliminação ou permanência de participantes no programa ou o envio de vídeos e fotos para complementar uma notícia. Deery destaca que a Internet torna possível que reações privadas dos indivíduos se tornem públicas e alcancem relevância entre os demais telespectadores. Deste modo, certos indivíduos adquirem notoriedade à medida que suas mensagens são compartilhadas na rede e passam a influenciar a percepção de outros indivíduos sobre os textos televisivos, contribuindo para uma maior complexidade dos processos cognitivos na TV Social.

Consideramos o mapeamento de três modelos cognitivos contemporâneos desenvolvido por Fátima Régis, Raquel Timponi e Alessandra Maia (2012b) para

embasar teoricamente os processos cognitivos na Cibercultura um adequado alicerce teórico para a investigação das experiências perceptivas e cognitivas desenvolvidas na TV Social. É mister ressaltar que os modelos mapeados estão inseridos dentro de um conceito de "cognição ampliada" (RÉGIS et al., 2012b), que entende os dispositivos, os ambientes e as interações desenvolvidas entre os indivíduos e os grupos sociais como parte do processo cognitivo, apostando que a cognição não se processa exclusivamente na mente dos indivíduos (CLARK, 2001; HUTCHINS, 2000; NORMAN, 1993) e envolve um repertório vasto de habilidades (sensório-motoras, afetivas e sociais). Tal perspectiva concebe os dispositivos tecnológicos não apenas como ferramentas ou extensões de habilidades humanas, mas como elementos essenciais na produção do conhecimento. A seguir, faremos uma apresentação, ainda que sucintamente, dos modelos cognitivos mapeados.

Cognição integrada

A *cognição integrada* tem como base os estudos de Andy Clark (2001). Neste modelo, a percepção é integrada à ação e é influenciada por múltiplos agentes e por fatores internos (sensações, memória, etc.) e externos (materiais e contextuais). Para Clark, as pessoas possuem percepções diferentes sobre os mesmos eventos, conforme sua história e a tarefa que pretende desenvolver. Com pensamento semelhante, Umberto Galimberti (2006) utiliza o exemplo de que um mesmo copo pode significar, para alguém, um recipiente de beber água e, para outro indivíduo, um objeto a ser lançado contra um inimigo para causar ferimentos. O que a pessoa vai perceber do objeto é aquilo que ela reconhece como uma possível ação do corpo. Deste modo, na cognição integrada, a atenção seletiva é o elemento que direciona o processo de percepção/ação no ambiente. Com base neste modelo de cognição, focar a atenção no que se passa na tela da TV ou na tela do *smartphone*, responder a este ou aquele comentário na rede social, escolher clicar ou não em um link, assistir a este ou aquele programa ou mesmo movimentar os dedos sobre uma tela *touchscreen* para navegar em

mídias sociais enquanto se assiste à televisão são decisões que envolvem a atenção seletiva na TV Social.

A atenção seletiva pode ocorrer de três modos: *atenção focalizada*, *atenção concentrada/sustentada* e *atenção voluntária*. A atenção focalizada é a capacidade que um indivíduo tem de focar em um estímulo-alvo e desconectar-se dos demais. Na *atenção concentrada/sustentada*, o indivíduo é capaz de manter sua atenção em alguma atividade por um longo período de tempo, percebendo detalhes e memorizando mais facilmente as informações. Já, na *atenção voluntária*, há uma escolha naturalmente interessada do indivíduo, em razão de sua história de vida, uma vez que “o indivíduo presta mais atenção aos estímulos que permitem algum tipo de associação com seu repertório prévio, incluindo o repertório cultural, e/ou com as tarefas que precisa realizar, unindo a percepção associada à ação” (RÉGIS et al., 2012a).

Cognição encadeada

A *cognição encadeada* fundamenta-se nos estudos de Dario Salvucci e Niels Taatgen (2011) e trabalha com a atenção fragmentada ou com focos múltiplos de atenção. Esse modelo nos fornece pistas para compreender a realização de tarefas simultâneas pelos indivíduos na TV Social. A cognição encadeada funciona como uma espécie de rede cognitiva, na qual atividades que requerem funções cognitivas distintas atuam como “linhas” de pensamentos independentes, resultando no comportamento multitarefa. Este pode ocorrer de dois modos: *multitarefa simultânea* e *multitarefa concorrente*, envolvendo diferentes tipos de atenção.

Na *multitarefa simultânea*, os indivíduos realizam ações diferentes ao mesmo tempo, por meio da *atenção dividida*. Na TV Social é o que ocorre, por exemplo, quando os telespectadores/interagentes podem ouvir os programas televisivos enquanto navegam nas mídias sociais, utilizando movimentos táteis para operar o dispositivo. As duas ações podem ocorrer simultaneamente. Mas há situações em que o indivíduo necessita modificar seu foco de atenção, como

quando posta uma mensagem no Twitter e vê as imagens na televisão ao mesmo tempo. Neste caso, o comportamento multitarefa é *concorrente*, pois necessita de ações que se revezam, por meio de uma *atenção alternada*. A *multitarefa concorrente* pode requerer ainda: *atenção difusa*, quando, por exemplo, o indivíduo examina o ambiente, alterando o foco de atenção entre estímulos visuais, sonoros e táteis ao navegar pelas plataformas digitais enquanto assiste à TV; ou, a *atenção discriminativa*, quando o usuário foca estímulos distintos, separando o que lhe parece mais interessante.

Cognição Distribuída

A *cognição distribuída* é proposta por Edwin Hutchins (2000) e vem sendo desenvolvida por outros pesquisadores, como Donald Norman (1993) e Andy Clark (2001). Neste modelo prevalece a ideia de que a cognição se processa em associação com o mundo material e social, atuando de modo contextualizado e considerando as interações entre humanos e não humanos. A cognição distribuída tem papel especial para compreender as interações entre pessoas e tecnologias. Os estudos de Bruno Latour (2011) sobre a importância dos agentes não humanos na construção do conhecimento sobre o mundo também se inserem nesta perspectiva. Latour afirma que os homens são feitos pelos objetos, tanto quanto os objetos são feitos pelos homens e, por isso, os humanos não são tão humanos e os não humanos não são tão não humanos. Ambos são híbridos, quase objetos e quase sujeitos, mistos de natureza e cultura que só podem ser compreendidos juntamente.

É neste sentido que Andy Clark postula que a cognição também considera as “tecnologias cognitivas”, incluindo todos os tipos de dispositivos do processo de construção do conhecimento, tais como papel, caneta, calculadora, mapas, livros, computadores, etc. A cognição distribuída concebe as interfaces e a arquitetura da informação como elementos que auxiliam o indivíduo em sua navegação e sua percepção sobre as mensagens postadas e as interações realizadas.

***Tv square* e a aplicação de modelos cognitivos contemporâneos**

A fim de compreender melhor como os modelos cognitivos apresentados podem ser utilizados nos estudos sobre os processos cognitivos na TV Social faremos uma breve análise do *Tv square*. O site (www.tvsquare.com.br) é uma plataforma de medição de audiência televisiva nas redes sociais que também permite a interação entre seus usuários enquanto assistem à televisão. Além de apresentar o ranking da programação televisiva brasileira, ordenando os programas da televisão aberta e paga mais assistidos no momento, o site apresenta uma série de informações a respeito do conteúdo veiculado na televisão. Inclui sinopse dos programas, informações sobre seus apresentadores, vídeos e imagens correlacionadas, link para o site do programa e notícias afins. Ao abrir a página inicial do site, o usuário seleciona o canal desejado a partir do ranking disponibilizado. Uma nova página se abre com informações específicas sobre o programa que está sendo exibido pelo canal selecionado no exato momento.

Tv square permite que o telespectador/interagente poste seus comentários sobre a programação televisiva de forma síncrona, fornecendo ao indivíduo a opção de que sua mensagem seja publicada no ambiente do site e também nas redes sociais Twitter e Facebook. A plataforma também disponibiliza todos os *posts* realizados nessas redes sociais sobre o que se passa na televisão, organizando-os conforme a programação escolhida pelo usuário. Desta forma, ao escolher um programa no ranking da programação, o indivíduo tem acesso ao que os demais telespectadores estão comentando nas redes sociais sobre aquele conteúdo televisivo. Isso possibilita que os telespectadores estabeleçam uma interação entre si, por meio da troca de informações, da exposição de opiniões e do acréscimo de dados ao conteúdo exibido. Tal situação dá condições ao indivíduo para ampliar seu processo interpretativo sobre os conteúdos exibidos.

Nessa rede complexa de informações, linguagens e interações, os processos cognitivos se desenvolvem de forma extremamente veloz e sob diferentes modos. Os modelos contemporâneos de *cognição integrada*, *encadeada* e *distribuída* apresentam-se como uma importante contribuição para desvendar

as particularidades deste cenário. Antes, porém, é preciso levar em conta que tais modelos são construídos dentro de uma perspectiva de *cognição ampliada*. Isto é, considerando que o processo cognitivo não ocorre somente na mente dos indivíduos, mas que ela faz uso do corpo, de objetos técnicos e de interações sociais para conhecer e atuar no mundo.

Nesse sentido, o acesso às informações disponíveis no site *Tv square*, em forma de textos, imagens, vídeos e links para outras páginas na Internet, os elementos gráficos, o modo como as informações estão organizadas, os movimentos táteis que o usuário necessita realizar para navegar na interface, a própria interação estabelecida com os demais telespectadores, todo esse conjunto de dados, situações, ações e pessoas envolvidas constituem elementos importantes nos processos cognitivos desenvolvidos. Ao ter acesso, no site, a informações e notícias sobre o programa ou o assunto exibido na televisão, por exemplo, o telespectador passa a dispor de dados que complementam o conteúdo que ele assiste na televisão. Isso faz com que sua experiência televisiva não fique restrita ao que é veiculado na televisão, mas se amplie para uma experiência hipermediática.

Quando navega pelo site *Tv square* enquanto assiste à televisão, o telespectador/interagente se depara com uma série de possibilidades de ação. A escolha de um determinado link, imagem, vídeo ou mensagem é resultado do emprego da atenção seletiva, que elege um foco de atenção, desconsiderando os demais estímulos, num processo de *cognição integrada*. As opções realizadas são influenciadas por fatores internos (memória, sensações) e externos (como o repertório cultural). Desta forma, indivíduos diferentes certamente traçarão rotas distintas de navegação. Alguém que já tenha o conhecimento prévio de um determinado apresentador pode não se interessar pelo perfil dessa pessoa. Enquanto, para outros, essa será uma informação relevante. Ler o perfil do apresentador de um programa exige uma *atenção focalizada*, pois a ação requer que o telespectador foque completamente sua atenção nesta atividade, em detrimento de outras, como é próprio da leitura textual. Se o telespectador deseja voltar sua atenção sobre o

que está passando na televisão, por exemplo, ele necessita alterar o seu foco de atenção, passando a empregar uma *atenção alternada*, por meio do comportamento *multitarefa concorrente*, num processo de *cognição encadeada*.

Por oferecer uma série de informações textuais (mensagens postadas pelos usuários, notícias correlacionadas à temática do programa, perfil do apresentador, sinopse do programa), o site *Tv square* exige do telespectador/interagente uma atenção diferente daquela empregada ao assistir televisão, onde a imagem prevalece sobre o texto e o conteúdo exibido já está acabado. É mais próxima da que usamos em nossa experiência hipermidiática, quando construímos roteiros não lineares de leitura, de modo fragmentado e utilizando várias linguagens. A leitura de notícias disponibilizadas sobre um programa ou um canal no *Tv square* exige do telespectador uma *atenção concentrada/sustentada*, pois é necessário que o mesmo mantenha o foco de atenção no texto por um período maior a fim de que possa entender e interpretar as informações. Isso desencadeia um processo de *cognição integrada*. Ao mesmo tempo, o telespectador/interagente é seduzido por inúmeras outras informações e recursos dispostos na plataforma. Ele é estimulado a saltar de uma atividade a outra e, assim, sucessivamente, pois as inúmeras possibilidades de ação e os diferentes estímulos verbais, visuais, sonoros e táteis acabam induzindo o indivíduo a ter focos múltiplos de atenção, por meio do comportamento multitarefa. Nesse caso, prevalece o emprego da *atenção difusa*, que permite ao indivíduo fazer uma varredura não ordenada da interface, num processo de *cognição encadeada*.

No *Tv square*, o telespectador/interagente pode assistir ao que se passa na televisão e ao mesmo tempo navegar pela tela *touchscreen* do seu *smartphone*, por exemplo, por meio da *atenção dividida* e sua capacidade *multitarefa simultânea*. Mas, no momento em que ele decide escrever uma mensagem para postar nas redes sociais, ele necessita, por alguns instantes, se “desligar” da programação televisiva e focar sua atenção no processo de escrita. Esta ação requer a capacidade de *multitarefa concorrente*, pois é necessário empregar uma *atenção alternada*, que reveza os focos de atenção. A capacidade

de lidar com focos múltiplos de atenção é uma habilidade própria à *cognição encadeada*, que opera como uma espécie de rede cognitiva, trabalhando com várias “linhas” de pensamentos independentes.

Observamos, ainda, que a possibilidade de escolher, dentro do ranking de audiência televisiva disponibilizado pelo *Tv square*, qual canal acompanhar oferece ao telespectador/interagente uma experiência fragmentada de recepção. Nela prevalece a *atenção voluntária* do indivíduo, guiada por sua afinidade com o assunto, com as pessoas ou com a situação que é exibida naquele instante na programação. É natural que o telespectador/interagente opte por buscar informações que ele considera mais interessantes ou mais próximas de seu universo cultural. Podemos dizer, também, que esta escolha será guiada pela *atenção discriminativa*, já que o telespectador/interagente selecionará intencionalmente um estímulo.

As escolhas do usuário de *Tv square* no acesso às diversas informações disponíveis e na utilização dos diferentes recursos oferecidos também são direcionadas pelo modo com que as informações estão organizadas e pela própria interação entre os usuários. A intensa participação de outros telespectadores em relação a uma atração televisiva, por exemplo, pode instigar determinado indivíduo a querer assistir e expor também a sua opinião a respeito do que é exibido. Ou, ao contrário, comentários negativos sobre um determinado programa televisivo podem levar o telespectador/interagente a descartar a possibilidade de assistir a tal programa.

Quanto à arquitetura da informação, o ranking da programação coloca o canal que ocupa o primeiro lugar na audiência em destaque, no canto superior à esquerda. Isso faz com que o usuário se sinta estimulado a verificar o que os demais indivíduos estão comentando sobre a programação daquele canal. Os nomes dos canais são acompanhados pelo logotipo da emissora, facilitando a identificação do telespectador/interagente. Outro dado interessante é que a variedade de informações disponíveis depende do programa selecionado. Há programas, por exemplo, cuja página disponibiliza os *tweets* do apresentador,

sugestões de compras de produtos relacionados à temática do programa, e há outros que só disponibilizam os *tweets* da página oficial do programa. Isso acaba alterando a disposição das informações na interface do site, exigindo que a cada canal selecionado o telespectador/interagente faça uma busca na página para se situar a respeito da oferta de informações.

Todas essas especificidades da interface do site influenciam a percepção dos indivíduos sobre os conteúdos televisivos que estão sendo comentados nas redes sociais, assim como seu processo interpretativo sobre o que é exibido e suas ações nos ambientes interativos. Deste modo, a cognição acontece de forma *distribuída*, sob a influência das interações estabelecidas, da navegação no espaço informacional, do contexto vivenciado num dado momento e da materialidade das tecnologias empregadas. Constroem, portanto, uma outra condição ou situação de recepção, não mais exclusivamente audiovisual, mas hipermediática.

Considerações Finais

A TV Social ainda vive sua infância. No entanto, seus primeiros passos já provocam uma série de impactos na indústria televisiva e nos modos de recepção, deixando claro que um novo regime de espetatorialidade começa a se constituir. A experiência compartilhada de ver televisão não é algo completamente novo. Segundo Raymond Williams (2004), a televisão já nasceu "social", pois possibilitou, pela primeira vez, que milhares de pessoas localizadas em pontos distantes assistissem à mesma imagem e tivesse acesso às mesmas informações simultaneamente, criando um repertório comum de assuntos para o cotidiano, provocando momentos de lazer, de descontração e de socialização. Contudo, a TV Social transforma a audiência televisiva em uma experiência interativa de acesso a textos televisivos, obrigando a participação ativa do telespectador e reconfigurando a própria noção de socialização atribuída a tal veículo. Nesse novo contexto, os modos de interação não se limitam à relação televisão-telespectador, mas incluem também um novo modelo construído pela relação telespectador-telespectador, por meio das diferentes interações realizadas nas redes sociais.

Lidando com um conjunto dinâmico de informações, disponíveis em múltiplas telas, sob diferentes linguagens e a partir de inúmeras possibilidades de interação, o telespectador/interagente necessita desenvolver processos cognitivos muito mais complexos, que combinam atividades intelectuais, motoras e afetivas. A perspectiva da “cognição ampliada” nos parece ser mais apropriada para investigar a situação em que este novo sujeito se encontra, em contraste com teorias mais tradicionais, que reduzem a cognição a processos mentais. O mapeamento de modelos contemporâneos de cognição realizado por Régis, Timponi e Maia mostrou-se extremamente útil para desvendar esse novo cenário em que se encontra o telespectador contemporâneo.

A partir da aplicação de tais modelos na experiência de navegação do site *Tv square*, percebemos, contudo, que tais modelos não são rígidos, mas acabam se cruzando, pois dão nomes diferentes a processos semelhantes. A *atenção discriminativa*, por exemplo, que se desenvolve no modelo de *cognição encadeada* é muito próxima da *atenção voluntária*, desenvolvida na *cognição integrada*. A *atenção dividida*, própria da *cognição encadeada*, possui a mesma dinâmica da *atenção seletiva*, que organiza o processo de *cognição integrada*. E a *cognição distribuída* parece abranger os dois outros modelos, guardando em si todos os aspectos levantados na *cognição integrada* e na *cognição encadeada*. Tal constatação atesta a funcionalidade desses modelos e sua aplicabilidade nos estudos sobre os processos cognitivos desenvolvidos na TV Social, dando subsídios para pesquisas mais aprofundadas e complexas a respeito desta nova forma de recepção que marca a televisão contemporânea.

Referências

BENJAMIN, W. "Paris, capital do século XIX". In: *Walter Benjamin: sociologia*. São Paulo, Ática, 1985. p.30-122.

CASSETTI, F.; ODIN, R. "De la paléo à la néo-télévision". *Communications: télévision mutations*, n.51, p. 9-26, 1990.

CLARK, A. *Mindware: an introduction to the philosophy of cognitive science*. New York/Oxford: Oxford University Press, 2001.

CRARY, J. *Techniques of the observer: on vision and modernity in the nineteenth century*. United States of America: October Books, 1992.

DEERY, J. "Tv.com: participatory viewing on the Web". *The journal of popular culture*, vol. 37, n. 2, 2003.

ECO, U. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

GALIMBERTI, U. *Psiche e techne: o homem na idade da técnica*. São Paulo: Paulus, 2006.

GUMBRECHT, H. U. *Modernização dos sentidos*. São Paulo: Editora 34, 1998.

HUTCHINS, E. *Distributed cognition*. 2000. Disponível em: <http://files.meetup.com/410989/DistributedCognition.pdf>. Acesso em: 09 out. 2014.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

JOHNSON, S. *Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

KRACAUER, S. "Cult of distraction: on Berlin's Picture Palaces". In: _____. *The mass ornament*. Cambridge: Harvard University Press, 1995. Disponível em: <http://people.cohums.ohio-state.edu/fisher579/264/kracaeur.pdf>. Acesso em: 2 ago. 2013.

LATOUR, B. *Jamais fomos modernos*. Rio de Janeiro: Ed.34, 2011.

MISSIKA, J.-L. *La fin de la télévision*. Paris: Seuil, 2006.

NORMAN, D. "Distributed cognition". In: _____. *Things that make us smart: defending human attributes in the age of the machine*. Cambridge: Perseus Books, 1993.

PRIMO, A. *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RÉGIS, F; TIMPONI, R; MAIA, A. "Comunicação, tecnologia e cognição na cibercultura: análise dos tipos de atenção nos games, audiolivros e livrocklips". In: XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2012, Fortaleza. *Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, 2012a. v. 1.

RÉGIS, F.; TIMPONI, R.; MAIA, A. "Cognição integrada, cognição encadeada e cognição distribuída: uma breve discussão sobre modelos cognitivos na cibercultura". In: *Revista Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo: ESPM, v.9, n.26, Nov. 2012b.

SALVUCCI, D.; TAATGEN, N. *The multitasking mind*. New York: Oxford University Press, 2011.

SANTAELLA, L. *Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo*. São Paulo: Paulus, 2004.

SCOLARI, C. "Hacia la hipertelevisión: los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo". *Diálogos de la Comunicación*, n. 77, 2008.

SIBILIA, P. *O show do eu: a intimidade como espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SIMMEL, G. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, O. G. (org.). *O fenômeno urbano*. Editora Guanabara. 4ªed., 1987.

SINGER, B. Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In: CHARNEY, L.; SCHAWARTZ, V. *O cinema e a invenção da vida moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

WILLIAMS, R. The technology and the society. In: _____. *Television: technology and cultural form*. Routledge, 2004. Disponível em: <http://www.tlu.ee/~kpata/uusmeedia/Television.pdf>. Acesso em: 03 set. 2013.