

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Daiana Maria Veiga Sigiliano

SOCIAL TV:

o laço social no *backchannel* de *The X-Files*

PPGCOM/UFJF

Fevereiro de 2017

Daiana Maria Veiga Sigiliano

SOCIAL TV:

o laço social no *backchannel* de *The X-Files*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação, área de concentração Comunicação e Sociedade, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Orientadora: Prof^ª. Dra. Gabriela Borges Martins Caravela

PPGCOM/UFJF

Fevereiro de 2017

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Sigiliano , Daiana Maria Veiga .

Social TV: : o laço social no backchannel de The X-Files / Daiana Maria Veiga Sigiliano . -- 2017.

217 p.

Orientadora: Gabriela Borges Martins Caravela

Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós Graduação em Comunicação, 2017.

1. Social TV. 2. Laço Social. 3. Twitter. 4. Ficção Seriada. 5. The X-Files. I. Caravela, Gabriela Borges Martins, orient. II. Título.

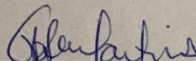
DAIANA MARIA VEIGA SIGILIANO

SOCIAL TV: o laço social no *backchannel* de *The X-Files*

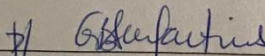
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Área de Concentração Comunicação e Sociedade, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovada em 22 / 02 / 2017

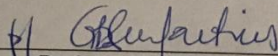
BANCA EXAMINADORA



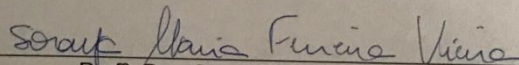
Prof^a. Dra. Gabriela Borges Martins Caravela (Orientadora)
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof^a. Dra. Yvana Carla Fechine de Brito
Universidade Federal de Pernambuco



Prof. Dr. Rehato Luiz Pucci Junior
Universidade Anhembi Morumbi



Prof^a. Dra. Soraya Maria Ferreira Vieira
Universidade Federal de Juiz de Fora

AGRADECIMENTOS

Esse trabalho é norteado por desafios e um deles é encontrar uma forma de agradecer a minha orientadora, a professora Gabriela Borges, por todo o aprendizado ao longo desses anos. Entretanto, qualquer agradecimento feito aqui será ínfimo perto da sua importância na minha trajetória. Obrigada por em 2013, durante uma aula da especialização em Jornalismo Multiplataforma, ter me perguntado se eu gostaria de fazer mestrado e desde então ter estado ao meu lado. Obrigada pela confiança depositada em cada projeto, é sempre uma honra poder fazer parte das suas pesquisas e dos seus cronogramas que na hora parecem impossíveis de serem cumpridos, mas que no final sempre dão certo. Obrigada por toda generosidade com que conduziu não só essa dissertação, mas cada pesquisa que fizemos juntas (eu vou sentir saudades de falar no plural). Obrigada pelo incentivo e por acreditar que tudo isso seria possível desde o início. Obrigada por mostrar que o conhecimento é sempre construído com a ajuda do outro e que o aprendizado é constante. Serei sempre grata por tudo!

À professora Soraya Ferreira por todo o aprendizado, carinho, abraços apertados e pelas digressões.

Aos pesquisadores do grupo de pesquisa 'Redes, Ambientes imersivos e Linguagens', e do 'Observatório da Qualidade no Audiovisual', ambos coordenados pela profa. Gabriela Borges, pela parceria e apoio.

Aos alunos da graduação, Turma 2015.2, por todo o carinho e entusiasmo com que me receberam durante o estágio docência.

RESUMO

O ambiente de convergência alterou de forma decisiva os modos de pensar, produzir, distribuir e consumir televisão. É a partir deste contexto que a *social TV* se configura, o fenômeno é caracterizado pelo compartilhamento de conteúdos (comentários, memes, vídeos, fotos, montagens, etc.) feito através das redes sociais (Twitter, Facebook, Snapchat, etc.) e dos aplicativos de segunda tela (TVShow Time, TV Tag, Viggie, etc.) de maneira síncrona à exibição da grade de programação. Ao estabelecer uma relação simbiótica entre a televisão e o ciberespaço, o fenômeno potencializa e reconfigura a conversação em torno do conteúdo televisivo e a experiência coletiva. Nesse sentido, esta dissertação tem como objetivo discutir de que forma a *social TV* reforça o conceito de laço social de Wolton (1996). Isto é, se o autor propunha o entendimento do laço social enquanto uma experiência compartilhada que aproxima os telespectadores e as diferentes comunidades que constituem uma sociedade, estabelecendo assim um conhecimento comum entre eles, o fenômeno não só potencializa este aspecto, como também propicia a formação de comunidades momentâneas e teias colaborativas no *backchannel*. Nesse contexto, analisamos as ações de *social TV* adotadas pelo canal estadunidense Fox para engajar os telespectadores e a forma como as publicações dialogam com o universo ficcional da série *The X-Files*. Criada por Chris Carter, a trama é protagonizada pelos agentes do FBI Fox Mulder (David Duchovny) e Dana Scully (Gillian Anderson). Mulder e Scully são investigadores de casos não solucionados envolvendo fenômenos paranormais, conhecidos como *x-files*. Sendo assim, realizamos um estudo sobre as estratégias promovidas pela emissora estadunidense para os episódios da décima temporada de *The X-Files* e analisamos os conteúdos (comentários, memes, fotos, montagens, etc.) compartilhados pelos telespectadores interagentes no Twitter durante a exibição da atração. Desta forma, concluímos que, ao entrelaçar o fluxo televisivo e a temporalidade *always on* do Twitter, a *social TV* reforça o lado social de Wolton (1996) e ressignifica a experiência televisiva, possibilitando novas formas de participação, colaboração e expansão do universo ficcional.

Palavras-chave: *Social TV*. Laço Social. Twitter. Ficção Seriada. *The X-Files*.

ABSTRACT

The convergence environment has decisively changed the ways of thinking, producing, distributing and consuming television. It is from this context that the social TV gets configured; the phenomenon is characterized by the content sharing (comments, memes, videos, photos, montages, etc.) made through the social networks (Twitter, Facebook, Snapchat, etc.) and the second screen applications (TVShow Time, TV Tag, Viggle, etc.) synchronously to the programming grid display. By establishing a symbiotic relationship between the television and the cyberspace, the phenomenon potentializes and reconfigures the conversation around the television content and the collective experience. In this sense, this master thesis aims to discuss how the social TV reinforces the concept of social bond developed by Wolton (1996). In other words, if the author proposed the understanding of the social bond as a shared experience that approaches the viewers and the different communities that constitute a society, establishing then a common knowledge among them, the phenomenon not only enhances this aspect, but also provides the formation of momentary communities and collaborative webs in the backchannel. In this context, the social TV actions adopted by the American channel Fox to engage the viewers and the way the publications dialog with the fictional universe of the series *The X-Files* were analyzed. Created by Chris Carter, the plot is starred by the FBI agents Fox Mulder (David Duchovny) and Dana Scully (Gillian Anderson). Mulder and Scully are investigators of unsolved cases involving paranormal phenomena, known as x-files. Therefore, we conducted a study on the strategies promoted by the American broadcaster for the episodes of the *The X-Files* tenth season and analyzed the content (comments, memes, photos, montages, etc.) shared by the interacting viewers on Twitter during the exhibition of the attraction. In this way, we concluded that, by interlacing the TV stream and the always on temporality of the Twitter, the social TV reinforces the social side of Wolton (1996) and re-signifies the television experience, allowing new forms of participation, collaboration and expansion of the fictional universe.

Keywords: Social TV. Social bond. Twitter. Fictional series. *The X-Files*.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Espectadores assistem o noticiário através do <i>téléphonoscope</i>	60
Figura 2: O anúncio do Qube destaca as funções do aparelho.	63
Figura 3: Trecho do episódio de <i>MST3K</i> mostra a estética visual destacada por Harboe (2009).....	64
Figura 4: Interface do SMS TV Chat.	65
Figura 5: O conjunto ‘Integração das Plataformas’ representa a abordagem das ciências exatas e o conjunto ‘Sociabilização e Conversação’ representa a abordagem das ciências humanas.	68
Figura 6: Cada um dos conjuntos acima representa uma forma de atuação da segunda tela. A <i>social TV</i> , conjunto em destaque, indica o compartilhamento de conteúdos através das redes sociais e aplicativos de segunda tela de maneira síncrona a exibição da grade de programação.....	70
Figura 7: Os adesivos da série <i>True Blood</i> ressaltam expressões usadas pelos personagens da trama.....	75
Figura 8: <i>Breaking Bad Story Sync</i> indica as referências do episódio para o telespectador interagente.	85
Figura 9: As postagens no Twitter e no TVShow Time mostram a coexistência de linguagens na conversação em rede.....	95
Figura 10: O perfil no Twitter @PLLbigA pede os telespectadores interagentes para compartilharem suas teorias sobre a narrativa durante a exibição da série <i>Pretty Little Liars</i>	103
Figura 11: Os atores Sarah Drew e Jesse Williams participam de um <i>livre chat</i> no Twitter durante a exibição de <i>Grey’s Anatomy</i>	104
Figura 12: Durante a exibição de <i>Bates Motel</i> o canal A&E convidou o público para participar de um bate papo com Carlton Cuse.....	106
Figura 13: Diagrama da seção ‘Monitoramento Ações Fox’.	113
Figura 14: Diagrama da seção ‘Transmídia’.	114
Figura 15: Diagrama da seção Ações de Engajamento Direcionadas’.	115
Figura 16: Diagrama da seção ‘Pré Estreias’.....	115
Figura 17: Diagrama dos pré testes realizados antes do monitoramento e coleta dos tuítes postados durante a exibição da décima temporada de <i>The X-Files</i>	118
Figura 18: Colunas de mineração dos tuítes (Interface Tweet Deck).....	119

Figura 19: Anúncio da estreia de <i>The X-Files</i> publicado em um jornal estadunidense em 1993.....	123
Figura 20: As correlações entre Dana Scully (Gillian Anderson) e Clarice Starling (Jodie Foster) abrangem desde o perfil das personagens até os elementos cênicos, como figurino e corte de cabelo.	125
Figura 21: Atores David Duchovny, Don S. Davis, Michael J. Anderson e Michael Horse estiveram no elenco de <i>Twin Peaks</i> e de <i>The X-Files</i>	126
Figura 22: Cenas do episódio <i>Post-Modern Prometheus</i> , exibido em 28 de fevereiro de 1999.	134
Figura 23: Cenas do episódio <i>X-Cops</i> , exibido em 20 de fevereiro de 2000.	135
Figura 24: Cenas do episódio <i>Home</i> , exibido no dia 11 de outubro de 1996.....	136
Figura 25: Edições da HQ de <i>The X-Files</i> publicadas pela Topps Comics.....	140
Figura 26: As capturas de tela de <i>The X-Files: Unrestricted Access</i> e de <i>The X-Files: Game</i> ressaltam a diferença estética entre os jogos.....	141
Figura 27: A atriz Gillian Anderson promove a marca Computer Solution em um comercial gravado em 1996 e o elenco de <i>The X-Files</i> participa de um <i>chat</i> para divulgar o filme <i>The X-Files Fight The Future</i> , em 1998.	143
Figura 28: Postagens do perfil oficial da série durante a ação <i>#FindTheX</i>	151
Figura 29: O perfil pessoal da atriz Gillian Anderson participa da ação e após atingir a marca de 10 mil tuítes o perfil oficial da série divulga cenas inéditas dos episódios. .	152
Figura 30: Após a divulgação dos vídeos da ação <i>Find the X</i> , o público realizou análises detalhadas de cada frame das cenas dos episódios.....	152
Figura 31: Captura do perfil fictício do personagem Tad O'Malley (Joel McHale) no Twitter.	153
Figura 32: Lançamento do site <i>Do You Still Believe</i> , em janeiro de 2016.....	154
Figura 33: Capturas do documentário <i>The Truth Revealed: Progeny</i>	155
Figura 34: Capturas dos conteúdos postados no You Tube pelo canal estadunidense Fox.....	157
Figura 35: Na primeira captura, vemos Mulder (David Duchovny) assistindo ao Truth Squad with Tad O'Malley no episódio <i>My Struggle</i> . Na segunda captura, Scully (Gillian Anderson) busca o nome do programa na internet, no episódio <i>My Struggle II</i>	159
Figura 36: O perfil oficial da série <i>The X-Files</i> resalta a experiência coletiva da televisão e estimula os telespectadores interagentes a compartilharem suas impressões durante a exibição do episódio.	161

Figura 37: O perfil oficial da série <i>The X-Files</i> troca tuítes com os telespectadores interagentes durante a exibição dos episódios da décima temporada de <i>The X-Files</i> ...	162
Figura 38: As postagens do perfil oficial da série <i>The X-Files</i> ressaltam o diálogo de Scully (Gillian Anderson) e Tad O'Malley (Joel McHale), arco que é apresentado no episódio <i>My Struggle</i> e influência diretamente na <i>season finale</i> da série, e as emblemáticas lanternas dos agentes do FBI, respectivamente.	163
Figura 39: O perfil de <i>The X-Files</i> ressignifica a cena do episódio <i>Founder's Mutation</i>	164
Figura 40: O perfil de <i>The X-Files</i> pede para que os telespectadores compartilhem os <i>easter eggs</i> presentes no episódio. Ao clicar no tuíte é possível acessar as respostas do público.	165
Figura 41: Os telespectadores interagentes compartilham no Twitter durante a exibição da décima temporada de <i>The X-Files</i>	167
Figura 42: Os telespectadores interagentes comemoram ao assistir a trama 'ao vivo'..	169
Figura 43: Os telespectadores interagentes publicam fotos dos lanches durante a exibição de <i>The X-Files</i>	170
Figura 44: No sentido horário, telespectador interagente estadunidense compartilha um link para o <i>streaming</i> de um episódio de <i>The X-Files</i> , posteriormente, telespectadoras interagentes do Brasil e da França comemoram a publicação do conteúdo.	171
Figura 45: Na primeira captura o fã pede a Fox que use a abertura original de <i>The X-Files</i> , na segunda captura os telespectadores interagentes repercutem a exibição da sequência usada na década de 1990.....	173
Figura 46: O telespectador interagente faz uma montagem reproduzindo a reação do público quando a sequência na décima temporada de <i>The X-Files</i> , o meme tuíte repercute a comoção diante da abertura original.	173
Figura 47: Os telespectadores interagentes identificam a emblemática fala de Scully (Gillian Anderson) e as lanternas dos agentes do FBI.	174
Figura 48: Os telespectadores interagentes criam cartelas de bingo com as convenções narrativas de <i>The X-Files</i>	175
Figura 49: Os telespectadores interagentes ressaltam o momento em que Mulder (David Duchovny) chamou Scully (Gillian Anderson) de Dana e ironizam que mesmo após 23 anos da estreia da série da TV, a médica forense ainda não tem uma mesa no escritório do FBI.	176

Figura 50: Os telespectadores interagentes chamam a atenção para a semelhança das cenas de <i>Home Again</i> com as dos episódios <i>Beyond the Sea</i> e <i>Memento Mori</i>	177
Figura 51: As capturas do <i>backchannel</i> mostram a formação de conexões assimétricas a partir dos debates sobre os arcos narrativos de <i>The X-Files</i>	178
Figura 52: Os telespectadores interagentes repercutem a intertextualidade <i>Mulder & Scully Meet the Were-Monster</i>	179
Figura 53: Os telespectadores interagentes repercutem as redes intertextuais da décima temporada de <i>The X-Files</i>	180
Figura 54: O telespectador interagente destaca as referências a obra <i>Moby Dick</i> (1851) na décima temporada de <i>The X-Files</i>	181
Figura 55: Os telespectadores interagentes discutem detalhes sobre os arcos narrativos de <i>Founder's Mutation</i> e <i>My Struggle</i>	182
Figura 56: Os telespectadores interagentes ressaltam a fruição episódio de <i>The X-Files</i>	183

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Lista dos episódios que tiveram o <i>backchannel</i> monitorado.....	117
Tabela 2: Tuítes que foram analisados no estudo de caso	121
Tabela 3: Lista das estratégias criadas pela emissora Fox para a décima temporada de <i>The X-Files</i>	150

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
2. A FICÇÃO SERIADA NA <i>POST-NETWORK TELEVISION</i>	19
2.1 AS NARRATIVAS FICCIONAIS SERIADAS DA <i>POST-NETWORK TELEVISION</i>	20
2.2 AS EXTENSÕES TRANSMIDIÁTICAS DA FICÇÃO SERIADA NA <i>POST-NETWORK TELEVISION</i>	29
2.3 NOVAS FORMAS DE DISTRIBUIÇÃO DAS NARRATIVAS FICCIONAIS SERIADAS.....	38
2.4 CULTURA PARTICIPATIVA: CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, CIRCULAÇÃO E RESSIGNIFICAÇÃO DE CONTEÚDOS	45
3. SOCIAL TV: A RESSIGNIFICAÇÃO DA EXPERIÊNCIA TELEVISIVA	58
3.1 REFLEXÕES SOBRE A <i>SOCIAL TV</i>	59
3.2 SEGUNDA TELA: A RECONFIGURAÇÃO DA EXPERIÊNCIA TELEVISIVA... ..	69
3.2.1 <i>O check in televisivo</i>	72
3.2.2 <i>Second screen co-viewing: a ampliação dos universos ficcionais</i>	80
3.3 O AMBIENTE HÍBRIDO DA <i>SOCIAL TV</i>	88
3.4 A CONVERGÊNCIA DA TV COM O TWITTER	99
3.5 O <i>BACKCHANNEL</i> E O LAÇO SOCIAL	108
4.0 LAÇO SOCIAL NO <i>BACKCHANNEL</i> DE <i>THE X-FILES</i>	112
4.1 <i>THE X-FILES</i> : UM FENÔMENO CULTURAL	122
4.2 A COMPLEXIDADE NARRATIVA DE <i>THE X-FILES</i>	130
4.3 A DÉCIMA TEMPORADA DE <i>THE X-FILES</i>	147
4.3.1 Complexidade narrativa: o universo ficcional de Mulder e Scully	147

4.3.2 O engajamento na <i>social TV</i>	160
4.3.3 <i>Backchannel</i> : a nova sala de estar	166
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	185
REFERÊNCIAS	188
GLOSSÁRIO	213
ANEXO	215

1. INTRODUÇÃO

Esta dissertação é fruto de uma pesquisa sobre ficção televisiva que vem sendo realizada desde 2014. Inicialmente desenvolvemos um trabalho de conclusão de curso, para a especialização em Jornalismo Multiplataforma (UFJF), orientado pela profa. Dra. Gabriela Borges, que tinha como um de seus objetivos fazer uma análise comparativa das ações de *social TV* e dos conteúdos compartilhados no Twitter entre um *reality show* estadunidense e uma narrativa ficcional seriada. As discussões levantadas a partir das reflexões da sexta temporada de *The Voice* (2011- atual, NBC) e da quarta temporada de *Pretty Little Liars* (2010-atual, ABC Family) nos chamaram a atenção para como a *social TV*, apesar de ser um fenômeno contemporâneo, partia de características que sempre integraram a experiência televisiva. Isto é, mesmo se configurando no ciberespaço a publicação de conteúdos nas redes sociais e nos aplicativos de segunda tela era norteadas por aspectos que já estavam presentes no âmbito da TV, como a conversação, a experiência coletiva e o laço social. Nesse sentido, a hibridização do fenômeno não só resgatava hábitos que estavam fragilizados por conta da fragmentação da audiência e da popularização dos serviços de conteúdo *on demand*, mas ressignificava a própria experiência televisiva.

Esta dissertação também dialoga com projeto de pesquisa do Observatório da Qualidade no Audiovisual, orientado pela profa. Dra. Gabriela Borges. Com o objetivo de compreender as distintas ações de *social TV* realizadas pelos canais estadunidenses para engajar o público no Twitter durante a exibição dos programas, estamos realizando desde 2015 estudos de caso semanais sobre as estratégias de engajamento na segunda tela. As discussões chamam a atenção para como os formatos narrativos adotados nas atrações pautam o conteúdo publicado pelas emissoras no *microblogging*. Dessa forma, começamos a refletir sobre a multiplicidade da *social TV*, ou seja, as ações realizadas na rede social variam de acordo com a proposta do programa que está no ar. Como, por exemplo, uma narrativa cômica irá priorizar as falas e o gestual dos personagens através de textos e GIFs, já uma trama épica focará na contextualização da história. Essas reflexões nos ajudaram a compreender a importância do universo ficcional na configuração das ações de *social TV* e como muitas vezes o mesmo é ampliado e aprofundado na segunda tela.

Tendo como foco a ficção seriada televisiva, as pesquisas que integram a Rede Obitel Brasil (Observatório Ibero-Americano de Ficção Televisiva) / Equipe UFJF possibilitaram o desenvolvimento de abordagens metodológicas de monitoramento e de coleta de tuítes postados simultaneamente ao fluxo televisivo. No primeiro biênio, conseguimos analisar os conteúdos publicados durante os 36 capítulos de *O Rebu* (2014, Rede Globo), já no segundo o *corpus* abrangeu os 67 capítulos de *Liberdade, Liberdade* (2016, Rede Globo). O processo de escolha e teste de cada uma das etapas que compunhamo monitoramento, isto é, como os tuítes seriam filtrados, capturados e minerados foi fundamental para o entendimento das limitações desta abordagem metodológica. Em outras palavras, o número de episódios que integraram a temporada, o tempo necessário para análise dos tuítes de forma individual, a necessidade de capturar o *backchannel* e estabelecer um paralelo entre as publicações e as cenas que estavam no ar influenciaram na abordagem do objeto de estudo.

A partir dessa trajetória de pesquisa sentimos a necessidade de ampliar as reflexões sobre o laço social de Wolton (1996) no âmbito da *social TV* e realizar uma análise que abarcasse tanto as ações desenvolvidas pelas emissoras quanto os conteúdos compartilhados pelo público. Refletindo assim sobre os modos como o caráter híbrido do fenômeno reforça o laço social e também reconfigura a experiência televisiva.

A *social TV* começou a ser debatida nos anos 2000, a expressão estava vinculada a projetos acadêmicos e de laboratórios de tecnologia relacionados à televisão digital interativa. Posteriormente, a *social TV* passa a ser discutida em diversas áreas, ganhando outras aplicações. Tendo como aporte teórico as reflexões de Proulx e Shepatin (2012), neste trabalho o fenômeno se refere ao compartilhamento de conteúdos (comentários, memes, vídeos, fotos, montagens, etc.) feito através das redes sociais (Twitter, Facebook, Snapchat, etc.) e dos aplicativos de segunda tela (TVShow Time, TV Tag, Viggie, etc.) de maneira síncrona ao fluxo televisivo.

No âmbito da comunicação, os estudos sobre a *social TV* abrangem o jornalismo, os eventos esportivos, as premiações, as telenovelas, os *reality shows* e as narrativas ficcionais seriadas. De modo geral, as pesquisas contemplam os conteúdos produzidos pelos canais e/ou pelo público. Nesse sentido, as discussões apoiam-se em fenômenos como a cultura participativa, a transmídia, a cultura de fãs e a remixagem.

A partir deste contexto, a dissertação tem como objetivo geral discutir de que forma a *social TV* reforça o conceito de laço social de Wolton (1996). Isto é, se o autor propunha o entendimento do laço social enquanto uma experiência compartilhada que

aproxima os telespectadores e as diferentes comunidades que constituem uma sociedade estabelecendo assim um conhecimento comum entre eles, o fenômeno não só potencializa este aspecto, como também engendra a formação de comunidades momentâneas e de teias colaborativas no *backchannel*.

O objetivo específico consiste na reflexão das ações de *social TV* adotadas pelo canal estadunidense Fox durante a décima temporada de *The X-Files*. Nesse contexto, discutiremos quais os recursos usados pela emissora para engajar os telespectadores durante a exibição e como os mesmos dialogam com o universo ficcional da trama.

A escolha de *The X-Files* como objeto de pesquisa se deve a um conjunto de características presentes na atração. O primeiro ponto se refere ao histórico de ações de engajamento, no âmbito da *social TV*, desenvolvidas pela Fox. Além de ser pioneiro na inserção de *hashtags* na divulgação de suas tramas o canal possui estratégias distintas para cada série veiculada em sua grade de programação. Outro ponto que contribuiu para a delimitação do objeto foi o número de episódios de *The X-Files*. A temporada de uma narrativa ficcional seriada produzida na TV aberta estadunidense geralmente é composta por 23 episódios que vão ar ao longo de seis meses. Porém, essa forma de distribuição seria incompatível com o tempo de execução desta pesquisa e com a abordagem metodológica de monitoramento e coleta de dados. Por fim, a trama de *The X-Files* é norteada por um formato narrativo que estimula o engajamento dos telespectadores e a criação de um universo ficcional amplo.

Esta dissertação é dividida em três capítulos, são eles: A ficção seriada na *Post-Network Television*, *Social TV*: A resignificação da experiência televisiva e O laço social no *backchannel* de *The X-Files*. O primeiro capítulo discute os processos criativos, tecnológicos e participativos das narrativas ficcionais seriadas da *Post-Network Television*. As reflexões abrangem os aspectos narrativos das tramas, a expansão dos universos ficcionais em múltiplas plataformas, as novas formas de distribuição das séries, a postura dos canais diante do ambiente de convergência e a ampliação da participação do sujeito midiático. Nesse contexto, é importante justificarmos a adoção de algumas palavras e expressões em inglês. Optamos por não traduzidas-las porque no âmbito dos estudos das séries de TV no Brasil é comum o uso dos termos originais. Essas terminologias abarcam tanto o ambiente acadêmico quanto sites especializados e os *releases* das emissoras segmentadas. Por estarmos debatendo os programas que integram a *Post-Network Television* estadunidense o uso do estrangeirismo mostrou-se necessário.

O segundo capítulo, intitulado *Social TV: A resignificação da experiência televisiva*, tem o objetivo de apresentar o estado da arte do fenômeno, suas principais características e manifestações no âmbito das séries. A partir de um retrospecto histórico conjuntural discutimos sobre as primeiras referências, mesmo que indiretas, à *social TV* que estão presentes na literatura e na televisão. Posteriormente, tendo como escopo teórico as conceituações adotadas na área das ciências exatas e das ciências humanas refletimos sobre as amplas definições que o fenômeno adquiriu a partir dos anos 2000 e delimitamos o que denominamos *social TV*. Em seguida abordamos as diferenças entre o fenômeno e a segunda tela, ressaltando formatos de aplicativos predominantes. Neste capítulo também discutimos as características da *social TV*, destacando o caráter híbrido do fenômeno e debatendo de que maneira a arquitetura informacional do Twitter configura o *backchannel*. Por fim, refletimos sobre o conceito de laço social de Wolton (1996) e como o mesmo é potencializado na *social TV*.

O terceiro e último capítulo, *O laço social no backchannel de The X-Files*, apresenta a metodologia adotada nesta dissertação, contextualiza o objeto de pesquisa e analisa as ações de *social TV* realizadas pela Fox e os conteúdos compartilhados pelo público no Twitter. Inicialmente sistematizamos a metodologia que sustenta as análises dos tuítes. Em seguida apresentamos o universo ficcional de *The X-Files* e seu formato narratológico, e discutimos o processo de complexificação da décima temporada da série. Por fim, a partir do estudo de caso dos conteúdos compartilhados pelo público e pela emissora Fox durante a décima temporada de *The X-Files* ressaltamos de que maneira o entrelaçamento entre o presente contínuo do Twitter e do fluxo televisivo reforça o laço social discutido por Wolton (1996). Por ser um fenômeno híbrido a *social TV* resignifica a experiência televisiva ao engendrar novas possibilidades de participação, colaboração e discussão em torno da grade de programação.

2. A FICÇÃO SERIADA NA *POST-NETWORK TELEVISION*

Os fenômenos que permeiam a televisão contemporânea mostram que o atual cenário midiático é pautado por uma complexa hibridização dos meios de comunicação. É a partir desta interpenetração das linguagens que emergem os novos modos de criação, produção e distribuição do conteúdo televisivo. Este ecossistema de erosão dos limites tradicionais entre os meios de comunicação é representado por Arlindo Machado (2007) através de uma metáfora que nos ajudará a visualizar as reformulações televisivas que serão discutidas ao longo deste capítulo.

Segundo o autor devemos pensar nos meios de comunicação com esferas imersas em um espaço tridimensional, que dependendo da perspectiva se sobrepõe, se interceptam, se repetem e se confundem. O interior dessas esferas é composto por um núcleo duro, isto é, sua especificidade, aquilo que nos permite diferenciá-los. Conforme pontua Machado (2007, p. 59) é o interior “[...] que define conceitos, práticas, modos de produção, tecnologias, economias e públicos específicos”. À medida que nos aproximamos das esferas, conseguimos visualizar suas bordas e zonas de interseção, onde a especificidade entre os meios já não é tão delimitada. Desta forma, “[...] os conceitos que os definem podem ser transportados de uns para os outros, as práticas e as tecnologias podem ser compartilhadas, o sustentáculo econômico e o público atingido podem ser os mesmos” (MACHADO, 2007, p. 59).

Porém, tanto o núcleo quanto as bordas das esferas estão em constante movimento de expansão. Segundo Machado (2007) isso propicia o engendramento de novas imbricações em que as especificidades se fundem dando origem a um novo paradigma na história dos meios de comunicação.

Ora, esse é justamente o ponto de ruptura: no momento em que o centro mais denso do círculo, identificador de sua especificidade, começa a se confundir com os outros, chegamos a um novo patamar da história dos meios: o momento da convergência dos meios, que se sobrepõe à antiga divergência. Ao purismo e, às vezes, até mesmo ao fundamentalismo ortodoxo das abordagens divergentes e separatistas, tendemos hoje a preferir os casos mais prósperos e inovadores de hibridização, de fusão das estruturas discretas (MACHADO, 2007, p. 65).

É a partir deste imbricamento entre meios que são pautadas as reformulações televisivas no âmbito da ficção seriada que discutiremos a seguir. Ao nos afastarmos do regime da

especificação nos aproximamos de fenômenos que são pautados pela dissolução das fronteiras entre as plataformas e estéticas midiáticas.

2.1 AS NARRATIVAS FICCIONAIS SERIADAS DA *POST-NETWORK TELEVISION*

O percurso da TV é permeado por uma constante hibridização, conforme destaca Santaella (2001, p. 388), “[...] a televisão, por sua própria constituição, é capaz de absorver dentro de si quaisquer outras linguagens”. Conforme já discutimos em outros trabalhos, esta interrupta combinação de formas narrativas, participativas e interativas atravessou as três¹ fases da televisão estadunidense (SIGILIANO, 2014; SIGILIANO; BORGES, 2013). Entretanto, iremos focar na *Post-Network Television*, que se inicia em 1990 e se entende até hoje. A terceira fase da televisão comercial estadunidense é marcada por novos modos de criação, produção e distribuição das narrativas ficcionais seriadas (LOTZ, 2007).

Considerada por Nelson (1997), Johnson (2012) e Martin (2014) o aspecto estrutural mais aclamado e popular da ficção seriada contemporânea, a multiplicidade narrativa se amplia de uma maneira até então inédita na *Post-Network Television*. Segundo Nelson (1997) e Johnson (2012), a multiplicidade narrativa é caracterizada por uma gama de pontos de interesse e de identificação. Isto é, as tramas são compostas por múltiplas camadas entrelaçadas e vários personagens.

Desenvolvida pelo estúdio MTM Enterprises e exibida pela National Broadcasting Company (NBC) entre 1981 e 1987, *Hill Street Blues* foi a primeira série a explorar a multiplicidade de fios narrativos. A trama, composta por sete temporadas, retratava a vida de funcionários de uma delegacia de polícia (NELSON, 1997). Cada

¹ A televisão comercial estadunidense é composta por três fases, são elas: a *Network Era*, a *Multi-Channel Transition* e a *Post-Network Era* (LOTZ, 2007). Conforme pontuam Epstein, Reeves e Rogers (1996), e Lotz (2007) na *Network Era*, também chamada de Era do Marketing de Massa, o mercado era composto por três emissoras: NBC, CBS e ABC. A programação do horário nobre tinha o predomínio de narrativas ficcionais seriadas que exploravam a temática dos crimes e *sitcons*, o objetivo era atingir o grande público. Essa grade massiva e feita ‘para todos’ se refletia nos telespectadores que tinham apenas uma relação casual com as produções televisivas. Já na segunda fase, a *Multi-Channel Transition*, também conhecida como Era do *Marketing* de Nicho, os canais estadunidense começam a buscar segmentos específicos de telespectadores. Ameaçada pelas novas tecnologias que proporcionaram ao público maior liberdade e uma nova experiência televisiva, a TV aberta estadunidense começou a investir na produção de séries mais complexas. Os programas, além de chamarem a atenção do sujeito midiático, também atraíam um nicho mais relevante para os anunciantes. Outro ponto importante da *Multi-Channel Transition* é o aumento da concorrência, com a chegada das emissoras Fox (1986), The WB (1995) e UPN (1995). Ver Sigiliano (2014).

episódio da atração era composto por até dez camadas temáticas divididas em *plots* e sub *plots*. As histórias mais longas, os *plots*, se prologavam por vários episódios até se resolverem. Machado (2000) destaca que alguns fios narrativos chegavam a atravessar temporadas inteiras até se fecharem por completo. Já os sub *plots*, as histórias mais curtas, começavam e acabavam no mesmo episódio.

Conforme aponta Johnson (2012), até a estreia de *Hill Street Blues* todas as séries da programação televisiva estadunidense eram compostas por uma única temática que se fechava no final da exibição. Essa estrutura convencional pode ser observada em *Dragnet* (1951-1959, NBC), o início dos episódios era marcado por um crime, a ação desencadeava as investigações em torno dos culpados, e no final tínhamos a solução desse conflito. Neste sentido, a inovação estética presente em *Hill Street Blues* está na capacidade da atração em se distanciar de uma conclusão decisiva e do restabelecimento da ordem no encerramento dos episódios. Ou seja, além de múltiplos, os *plots* se estendem ao longo das temporadas.

Entretanto, a multiplicidade de *Hill Street Blues* vai além dos arcos narrativos. A série policial é composta por uma vasta galeria de personagens. Segundo Johnson (2012), até então as atrações eram protagonizadas por um ou dois personagens, já o programa da NBC era focado em pelo menos² oito. Esse aspecto pode ser observado no episódio *Hill Street Station*, exibido em 15 de janeiro de 1981. Durante os dez minutos iniciais, a câmera não é direcionada para nenhum personagem em específico. A partir de um plano aberto são apresentados todos os funcionários da delegacia. Para Nelson (1997) esse enquadramento materializa a variedade de protagonistas da trama. Os perfis dos personagens também eram ricamente elaborados oferecendo um contorno emocional indiscernível, fugindo dos estereótipos e da recorrente dialética de polícia e ladrão presente na televisão estadunidense da época.

De acordo com Nelson (1997) a multiplicidade de linhas narrativas introduzida por *Hill Street Blues* alterou os hábitos dos telespectadores e o modelo de negócio das atrações. Como os *plots* dos episódios eram flexíveis e se prologavam por temporadas, a série exigia um grau maior de comprometimento do público. Isto é, para compreender a história por completo o telespectador precisaria necessariamente assistir a todos os episódios, ao contrário dos programas com *plots* independentes que não precisavam de um acompanhamento contínuo. Essa extensão dos arcos narrativos também alterou a

² O número para mais e/ou para menos de acordo com a temporada.

logística de contratação dos roteiristas. Por compartilharem os mesmos *plots*, os episódios de *Hill Street Blues* eram interconectados. Desta forma, era fundamental que o grupo de roteiristas permanecesse o mesmo durante todo o programa, para dar continuidade as histórias. Segundo Nelson (1997) até então as emissoras contratavam diferentes profissionais para cada episódio, já que eles eram compostos por uma linha temática autônoma.

Apesar de ter se tornado um elemento primário nas séries televisivas estadunidenses, a multiplicidade narrativa se amplia de uma maneira até então inédita na *Post-Network Television*. Essa complexificação dos fios narrativos pode ser observada na trama de *The Sopranos* (1999-2007, HBO). Os *plots* e sub *plots* da série não são apenas prolongados, mas imbricados. Johnson (2012) afirma que uma cena de *The Sopranos* pode reunir simultaneamente cerca de três linhas narrativas diferentes. O autor também pontua que o programa “[...] não apresenta uma distinção clara entre linhas dominantes e secundárias; cada argumento dá sua contribuição à mistura” (2006, p.59). Neste sentido, todos os acontecimentos do programa estão inter-relacionados, podendo ser retomados a qualquer momento por um dos seus vinte personagens recorrentes.

As séries *Hannibal* (2013-2015, NBC) e *Grey’s Anatomy* (2005-presente, ABC) apresentam outras variações da multiplicidade de fios narrativos na *Post-Network Television*. Criada por Bryan Fuller, *Hannibal* utilizou a multiplicidade narrativa para prolongar seus *plots* e, conseqüentemente, despertar curiosidade nos telespectadores. Como por exemplo, no episódio *Sorbet*, o sétimo da primeira temporada, exibido em 9 de maio de 2013. Durante uma conversa da psiquiatra Bedelia Du Maurier (Gillian Anderson) com Hannibal Lecter (Mads Mikkelsen) a personagem conta que um paciente seu já morreu durante uma sessão de terapia. Mas nenhum detalhe é revelado ao público, este fica sem saber as motivações que envolveram a tragédia. O fio narrativo é deixado em aberto até o episódio *And the Woman Clothed In*, décimo da terceira temporada, exibido em 8 de agosto de 2015. Quando através de um *flashback* é revelada a identidade do paciente, Neal Frank (Zachary Quinto), e também descobrimos que Bedelia Du Maurier (Gillian Anderson) na verdade foi responsável pela morte do personagem. Dessa forma, temos não só a conclusão do fio narrativo que envolve a morte de Frank (Zachary Quinto), mas informações que mudaram completamente a visão do público sobre Bedelia (Gillian Anderson).

No caso de *Grey's Anatomy* podemos observar o prolongamento dos *plots*, mas sem que esses necessariamente se fechem. Intitulado *Things We Lost In the Fire*, o oitavo episódio da décima segunda temporada da série, exibido no dia 19 de novembro de 2015, retoma uma temática que foi deixada em aberto. Na trama, o médico Alex Karev (Justin Chambers) pede sua namorada em casamento. Entretanto, o diálogo do personagem com Jo Wilson (Camilla Luddington) é pautado pelos acontecimentos de outro episódio. Exibido em 8 de fevereiro de 2010, *I Like You So Much Better When You're Naked*, décimo segundo episódio da sexta temporada, tem como *plot* central a despedida de Izzie Stevens (Katherine Heigl), ex-mulher de Karev (Justin Chambers). Na conversa com Jo Wilson (Camilla Luddington) o médico conta detalhes de sua separação com Izzie (Katherine Heigl) e como essa situação o abalou emocionalmente, dando aos telespectadores novas informações sobre o arco narrativo. Porém, mesmo sendo retomado após cinco anos, o *plot* que envolve Alex Karev (Justin Chambers) e Izzie Stevens (Katherine Heigl) ainda permanece em aberto, o público não sabe todas as questões que envolveram a separação dos personagens. Ao deixar os *plots* suspensos as séries despertam a curiosidade do público, que começa a especular sobre os acontecimentos das tramas.

As narrativas ficcionais seriadas da *Post-Network Television* também são caracterizadas pela escassez de setas chamativas (JOHNSON, 2012; MARTIN, 2014). Enquanto a multiplicidade de fios narrativos é ampliada, o recuso tem ficado cada vez mais raro na TV estadunidense. Para Johnson (2012, p.61), a seta chamativa é “[...] uma espécie de cartaz narrativo, disposto convenientemente para ajudar o público a entender o que está acontecendo”. O recurso é um guia narrativo que enfatiza os detalhes relevantes e diminui o esforço analítico necessário para o entendimento de uma história (JOHNSON, 2012).

Segundo Johnson (2012) as setas chamativas possuem dois níveis de informação: de textura e de substância. O modo de textura é pautado por uma linguagem técnica e geralmente é usado para convencer o público de que ele está vendo profissionais reais em ação. Podemos observar essa modalidade, por exemplo, quando os médicos de *Grey's Anatomy* explicam para os acompanhantes dos pacientes o procedimento cirúrgico que será realizado ou em *Bones* (2005 - 2017, Fox) quando vemos Temperance Brennan (Emily Deschanel) enfatizar as etapas da investigação forense.

Já o modo de substância se refere ao “[...] material plantado no plano de fundo da textura e de que o espectador precisa para entender a trama” (JOHNSON, 2012, p.65). Isto é, são as informações sobre os personagens e os arcos narrativos que compõem a história. Porém, o que acontece na *Post-Network Television* é que esses elementos substanciais são propositalmente omitidos pelos roteiristas. Ao invés de só seguir as setas chamativas, o telespectador passa a preencher as lacunas das tramas. Conforme destaca Johnson (2012, p.64),

[...] parte do prazer nessas narrativas modernas da televisão decorre do esforço cognitivo ao qual o espectador é obrigado a preencher lacunas. Se os roteiristas de repente despejassem um monte de setas chamativas no cenário, o programa pareceria cansativo e simplista.

Ao assistir as séries como *The West Wing* (1999–2006, NBC) e *The Newsroom* (2012–2014, HBO), por exemplo, o público provavelmente achará que perdeu alguma informação, já as ações dos personagens e os diálogos são pautados a partir de elementos que foram omitidos. Entretanto, à medida que for acompanhando o programa ele irá perceber que essa turvação é intencional.

A ausência de setas chamativas também está presente nas *sitcoms*³ da *Post-Network Television*. De acordo com Johnson (2012) as cenas cômicas das séries são compostas por camadas de significados. Elas só fazem sentido se o telespectador acrescentar uma informação suplementar que foi omitida, propositalmente, pelos roteiristas. Como discutimos anteriormente, as *sitcoms* da *Network Era Television* (1952-1980) exigiam apenas que o público conhecesse os pontos básicos da trama, ou seja, os *plots*, os sub *plots*, os traços específicos da personalidade dos personagens, etc (SIGILIANO, 2014). Conforme pontua Johnson (2012, p.70), “Houve um tempo em que a comédia televisiva funcionava em uma escala de trinta segundos: havia uma fala de preparação e depois a frase de efeito da piada, e então se começava tudo de novo”.

Já na *Post-Network Television* as piadas são pautadas por referências intertextuais, apresentando camadas de significados que vão além da própria série. Como por exemplo, na animação *The Simpsons* (1989-presente, Fox), que contém por episódio cerca de oito piadas que fazem alusão a longas metragens (JOHNSON, 2012). Essa intertextualidade também está presente nas séries *South Park* (1997-presente, Comedy Central), *Will & Grace* (1998-2006, NBC) e *Raising Hope* (2010-2014, Fox). Em *The Big Bang Theory* (2007-presente, CBS) podemos observar as referências tanto

³ Comédia de situação.

nos diálogos quanto na linha narrativa da trama. Em *The Earworm Reverberation*, décimo episódio da oitava temporada, exibido no dia 10 de dezembro de 2015, foram feitas três piadas que precisavam de informações suplementares para o seu entendimento.

A primeira delas é um diálogo de Sheldon Cooper (Jim Parsons) com Leonard Hofstadter (Johnny Galecki). Após acertar uma pergunta feita por Leonard (Johnny Galecki), Sheldon (Jim Parsons) comemora dizendo “Um ponto para a Lufa Lufa!”. A fala do personagem faz alusão a franquias de *Harry Potter*. Fundada por Helga Hufflepuff, a Lufa-Lufa - no original *Hufflepuff* - é uma das quatro casas da Escola de Magia e Bruxaria de Hogwarts. Porém, em nenhum momento isso é explicado ao telespectador, cabe a ele acrescentar essa informação suplementar, caso contrário a comemoração de Sheldon Cooper (Jim Parsons) não fará sentido algum. A ausência de setas chamativas também pode ser observada na conversa ao telefone de Amy Farrah Fowler (Mayim Bialik) com David Gibbs (Stephen Merchant), a microbiologista diz: Nós dois cometemos erros. Eu peguei a última torrada e você puxou o saco do meu ex-namorado como se ele fosse o Leonard Nimoy e você fosse meu ex. A referência ao ator Leonard Nimoy, conhecido por interpretar Spock na série e nos filmes de *Star Trek* (Jornada nas Estrelas), não tem ligação direta com o arco narrativo, mas sua figura emblemática é usada pela personagem para enfatizar o equívoco de David Gibbs (Stephen Merchant). Por fim, temos Sheldon Cooper (Jim Parsons) citando o enredo de *Footloose* (1984). Depois de ficar dias cantarolando o mesmo trecho de uma canção, o personagem alerta: Música é perigosa, o filme *Footloose* tentou nos avisar, mas nós não ouvimos. O longa que Sheldon (Jim Parsons) cita conta a história de Ren McCormick, interpretado por Kevin Bacon, que depois da morte de sua mãe se muda para uma cidade do interior dos Estados Unidos em que a dança foi banida após um trágico acidente com o filho do reverendo Shawn Moore (Dennis Quaid).

Johnson (2012) destaca que a ausência de setas chamativas também pode ser apresentada através de um trocadilho visual. O conceito adotado pelo autor esteve presente em *White Christmas*, o nono episódio da sétima temporada da série *Modern Family* (2009-presente, ABC), exibido no dia 9 de dezembro de 2015. Na trama vemos uma releitura da clássica cena do filme *The Shining* (Stanley Kubrick, 1980) em que Danny Torrance (Danny Lloyd) ao passear em seu triciclo pelos corredores do hotel encontra o espírito de meninas gêmeas que foram mortas no lugar. Em *Modern Family* o trecho é fielmente reproduzido por Lily Tucker-Pritchett (Aubrey Anderson-

Emmons). O trocadilho visual está relacionado com um dos sub *plots* de *White Christmas* em que os personagens Luke Dunphy (Nolan Gould) e Manny Delgado (Rico Rodriguez) inventam para Lily (Aubrey Anderson-Emmons) que um jovem ficou preso em um dos quartos da cabana onde eles irão passar o natal.

Podemos afirmar que a ausência de setas chamativas trazerem novos desafios para o público, que constantemente tem que preencher lacunas narrativas para compreender por completo as séries da *Post-Network Television*. Como ressalta Johnson (2012, p. 71-72) as tramas “[...] apresentam uma premissa mais desafiadora para o público: você vai gostar mais se for capaz de se lembrar de um trecho de diálogo em um episódio exibido três anos atrás ou se notar que fizemos esta cena de modo a evocar o final de Pacto de Sangue”.

Outro ponto importante que deve ser considerando nas narrativas ficcionais seriadas da *Post-Network Television* é a complexidade das conexões entre os personagens. Ao assistir às tramas os telespectadores constroem mentalmente mapas de redes sociais, isto é, densas teias sobre as relações, os parentescos, as afiliações e a personalidade dos personagens. Porém, é importante frisar que esses mapas são elaborados instintivamente pelo público. Segundo Johnson (2012, p. 88), “É claro que, quando assistimos TV, muitos de nós não pensamos nessas redes sociais em termos explicitamente espaciais, mas construímos modelos funcionais do universo social que vemos”.

A trama da série *24* (2001-2010⁴,Fox) representa de maneira eficaz a complexidade social presente na *Post-Network Television*. “O programa não estende a mão aos não iniciados. Mas, mesmo que se tenha acompanhado atentamente a temporada, vai ser preciso esforço para seguir a trama, precisamente porque há muitas relações em evidência” (JOHNSON, 2012, p.90). O aumento de conexões intrincadas entre os personagens pode ser observado ao compararmos o mapa de rede social da primeira temporada de *Dallas* (1978-1991, CBS) com o da primeira temporada de *24*. De acordo com Johnson (2012, p.88),

Em qualquer sentido imaginável, *24 horas* tem uma rede social pelo menos três vezes mais complexa do que *Dallas*: a quantidade de personagens; a quantidade grupos diferentes; as ligações entre os personagens; entre os grupos; a quantidade de relações centrais à narrativa do episódio.

⁴ Em 2014 o canal estadunidense lançou a minissérie *24: Live Another Day*, composta por 12 episódios inéditos de *24*.

O mundo social de *Dallas* é composto por doze personagens, que se dividem entre os membros da família Ewing (Miss Ellie, Jock, Booby, Pam, Lucy, Sue Ellen e JR) e os personagens secundários que possuem alguma relação com a família, tais como: capatazes, inimigos, vizinhos, etc. Além de ser pautado por teias narrativas rasas e com poucas conexões, o mapa de rede social dos personagens também está presente na abertura da série e é constantemente reforçado pelos roteiristas durante os episódios, o que facilita o entendimento do público. Desta forma, mesmo que o telespectador não tenha acompanhado toda a temporada e não saiba nada sobre os membros da família Ewing, irá entender perfeitamente a história.

Já a teia narrativa da primeira temporada de *24* é estruturada a partir de conexões mais abrangentes. O mapa de rede social é formado por quatro grupos de personagens: os Bauer (Teri, Kim, Dr. Parslow e Jack), os Palmer (Sherry, Nicole, David, Keith, Carl, Dr. Ferragamo), os Drazen (Frank, Rick, Gaines, Myovic, Melanie, Victor, Alexis, Andre e Elizabeth) e os funcionários da CTU - Unidade de Contraterrorismo – (Nina, Mason, Tony, Jamey, Chapelle e Hanlin). Para compreender os episódios, o público precisa estruturar mentalmente não só as relações apresentadas pelos roteiristas, mas também o que Johnson (2012, p. 90) classifica como relação fantasma. Isto é, “[...] uma ligação deliberadamente omitida na tela, mas que os espectadores inevitavelmente consideram por conta própria”. Ao contrário de *Dallas*, caso o telespectador assista a um episódio isolado da trama da Fox ele ficará perdido, já que a história possui uma rede de ligações imbricadas.

Segundo Johnson (2012) e Martin (2014) as séries da *Post-Network Television* se distanciam das estruturas da moralidade tradicional de uma maneira até então inédita no âmbito das narrativas ficcionais seriadas. Neste sentido, observamos mudanças no desenvolvimento de *plots* e sub *plots*, e também no perfil dos personagens. As tramas deixam de apresentar uma clareza moral e a ordem passa a ser constantemente questionada (JOHNSON, 2012; MARTIN, 2014). Conforme discutimos anteriormente⁵, se na *Network Era Television* (1952-1980) as histórias eram protagonizadas por personagens com a moral inabalável, que seguiam todas as regras e no final conseguiam vencer os obstáculos, as séries contemporâneas são permeadas por tramas e personagens ambíguos.

⁵ Ver Sigiliano (2014).

Martin (2014) afirma que a partir dos anos 1990 boa parte dos programas passam a ser protagonizados por figuras impiedosas e equivocadas. As características destacadas pelo autor estão presentes, por exemplo, nos anti-heróis de *House* (2004-2012, Fox), *Dexter* (2006-2013, Showtime) e *Californication* (2007-2014, Showtime). Todas essas tramas focadas em personagens ambíguos: House (Hugh Laurie) salva a vida de seus pacientes, mas não respeita nenhum código médico. Dexter (Michael C. Hall) é um pai atencioso, porém mata friamente suas vítimas e lança seus corpos no mar em sacos plásticos e Hank Moody (David Duchovny) é um autor consagrado que busca sua inspiração nas drogas e no álcool. Seja através de mafiosos, *serial killers* ou traficantes, a presença deste perfil de personagem nas séries estadunidenses é tão forte que o canal pago Showtime lançou uma campanha ironizando a temática. Intitulada *Our Heroes Have More Fun*⁶, a ação⁷ ressaltava que apesar de serem considerados imorais os anti-heróis despertam maior empatia no telespectador do que os heróis.

Porém, é importante frisar que essa personalidade cheia de nuances não se restringe apenas aos anti-heróis da *Post-Network Television*. Grande parte dos personagens das narrativas ficcionais seriadas contemporâneas são pautados por uma complexidade que desafia o entendimento do público. Mesmo que não tenham atitudes moralmente questionáveis, eles se distanciam da clássica dialética de mocinhos e vilões, apresentando traços verossímeis.

De acordo com Martin (2014, p.22), os personagens femininos também ganharam uma nova perspectiva na *Post-Network Television*. Conforme enfatiza o autor, elas deixaram de ser “[...] um obstáculo ou um estímulo ao progresso existencial do herói masculino”. Este protagonismo feminino é o mote central das tramas de Shonda Rimes. Criadora das séries *Grey’s Anatomy* (2005-presente, ABC), *Scandal* (2012-presente, ABC) e *How to Get Away with Murder* (2014-presente, ABC), Shonda desenvolve personagens fortes, complexas, inteligentes e contraditórias que se distanciam da fragilidade e do patriarcado presente nos programas da *Network Era Television* (1952-1980). Como destaca Levine (2013, p.142-143),

As personagens femininas de *Grey’s* se distanciam da perfeição, elas têm falhas, têm problemas na vida pessoal e profissional, e muitas vezes são infelizes. Mas em nenhum momento suas escolhas profissionais são colocadas em questão, representando um erro. Pelo contrário, a profissão é aquilo que as define, as deixa orgulhosas, o que também acaba se

⁶ Nossos heróis divertem mais no português.

⁷ Disponível em: <https://vimeo.com/19108983> . Acesso em: 19 dez. 2015.

distanciando do formato *soap opera*, a escolha por uma carreira, por uma profissão não entra em conflito com a vida pessoal⁸ (livre tradução da autora⁹).

As séries *Weeds* (2005-2012, Showtime), *Damages* (2007-2012, FX), *Homeland* (2011-presente, Showtime), *Bates Motel* (2013-presente, A&E) e *Madam Secretary* (2014-presente, CBS) também apresentam este empoderamento feminino.

É importante ressaltar que todas essas características das narrativas ficcionais seriadas estadunidenses não se manifestam de forma pura ou isolada, mas imbricada. Isto é, uma série não terá somente múltiplas linhas narrativas ou mapas de redes sociais complexos, todos esses pontos teorizados por Johnson (2012) e Martin (2014) estão inter-relacionados. A separação é feita para que possamos visualizar didaticamente cada um desses recursos. Outra questão que deve ser considerada nas discussões das séries da *Post-Network Television* é que apesar da multiplicidade de fios narrativos, da ausência de setas chamativas e da ampliação do mapa de rede sociais serem aspectos primários das tramas contemporâneas, eles não são unânimes. Programas como *Law and Order: SVU* (1999-presente, NBC) e *Samantha Who?* (2007-2009, NBC) são orientados por poucas linhas narrativas e chegam a uma conclusão definitiva ao final dos episódios. Por fim, deve-se considerar que as características das três fases da televisão comercial estadunidense (*Network Era Television*, *Multi-Channel Transition* e *Post-Network Television*) são acumulativas. E por isso elas devem ser pensadas como uma espécie de rede em que os pontos e os nós se sobrepõem.

2.2 AS EXTENSÕES TRANSMIDIÁTICAS DA FICÇÃO SERIADA NA *POST-NETWORK TELEVISION*

Os universos ficcionais das séries da *Post-Network Television* são tão complexos que não podem ser contidos em uma só mídia. Isto é, para sustentar a densidade das linhas narrativas e dos personagens das tramas vão além da televisão, se expandindo em múltiplas plataformas. Conforme ressalta Johnson (2012, p. 92), “Assim como os programas ficaram mais complexos, também os recursos para compreender essa complexidade se multiplicaram”.

⁸The female characters of *Grey's* are flawed, beset with troubles, and frequently unhappy, but their work as surgeons is never represented as a mistake or even as a particularly costly choice. It defines them and makes them proud, another nod to daytime soap opera, with its accomplished career women who suffer unrelated personal travails.

⁹ Todas as traduções deste trabalho foram realizadas pela autora.

Cunhado¹⁰ por Jenkins (2008), o termo narrativa transmídia¹¹ emerge da fluidez dos universos ficcionais do atual ecossistema de convergência midiática. Para o autor uma “[...] história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2008, p. 138). Esse modelo de produção da indústria é composto pelo conteúdo de referência, isto é, a mídia principal, e a partir dela são concebidas as estratégias transmídias (FECHINE, 2016, p. 5).

Entretanto, é importante ressaltar que o deslizamento das histórias por diversos meios é anterior ao ambiente de convergência (FIGUEREDO, 2010; MITTELL; 2015). Obras como *Don Quijote de la Mancha* (Miguel de Cervantes, 1605), *Frankenstein: or the Modern Prometheus* (Mary Shelley, 1816) e *Alice's Adventures in Wonderland* (Charles Lutwidge Dodgson¹², 1865) tiveram suas tramas ampliadas em ilustrações, peças de teatro, canções, etc. Conforme destaca Mittell (2015, p. 292),

Qualquer estudo contemporâneo sobre a transmídia deve reconhecer que esse modelo narrativo não é um fenômeno novo, mas anterior à era digital. Apesar de o termo ser recente, a estratégia de adaptação e extensão de uma história em outros meios de comunicação é tão antiga quanto o meio em si - como, por exemplo, as pinturas representando trechos bíblicos ou a história de Sherlock Holmes, cujo âmbito narrativo transcende um só meio¹³.

¹⁰As discussões de Jenkins (2008) apresentam uma certa similaridade com os estudos de Marsha Kinder (1991) sobre a intertextualidade transmídia (*transmedia intertextuality*). No livro *Playing With Power in Movies, Television, and Video Games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, publicado em 1991, Kinder introduz o conceito para refletir sobre os sistemas de super-entretenimento que emergem da combinação de distintas plataformas e narrativas. Esse processo, segundo a autora, transformaria os consumidores em jogadores ávidos.

¹¹Fechine *et al* (2011) propõem o termo transmidiação a fim de abranger as novas lógicas de produção e recepção de conteúdos no cenário de convergência. Segundo os autores o conceito se refere a “[...] toda produção de sentido fundada na reiteração, pervasividade e distribuição em distintas plataformas tecnológicas (TV, cinema, internet, celular etc.) de conteúdos associados cuja articulação está ancorada na cultura participativa estimulada pelos meios digitais” (p.27). Nesse contexto, os conteúdos transmídia seguem duas estratégias: a de propagação e a de expansão. A de propagação é pautada pela retroalimentação e ressonância dos conteúdos. Conforme aponta Fechine (2014, p.3), “Um conteúdo repercute ou reverbera o outro, colaborando para manter o interesse, o envolvimento e a intervenção criativa do consumidor de mídias no universo proposto, agendando-o entre outros destinatários ou em outras instâncias, constituindo comunidades de interesse”. Já as estratégias de expansão abrangem as camadas narrativas que completam e/ou desdobram a história central em distintas plataformas. Ou seja, “[...] em transbordamentos do universo narrativo a partir da oferta de elementos adotados, por um lado, de uma função lúdica e, por outro, de uma função narrativa propriamente dita” (FECHINE, 2014, p.3). Neste trabalho, optamos por adotar a definição de narrativa transmídia (*transmedia storytelling*) cunhada por Jenkins (2008), pois ela vai ao encontro das estratégias usadas pelo canal estadunidense Fox para a décima temporada de *The X-Files*, nosso objeto de estudo.

¹² Foi publicado sob o pseudônimo de Lewis Carroll

¹³Any thoughtful study of contemporary transmedia must acknowledge the transmedia is not a new phenomenon but predates the digital age. Even if the term is new, the strategy of adapting and expanding a narrative into other media is a old as media themselves - think of paintings dramatizing biblical or Sherlock Holmes whose narrative scope transcends any single medium (MITTELL, 2015, p. 292).

Este deslizamento narrativo ressaltado por Mittell (2015) não se restringe apenas ao âmbito literário, a mesma lógica pode ser observada nas séries televisivas estadunidenses. Exibida pela emissora NBC, na década de 50, *Dragnet* (1951-1959) teve sua história explorada no cinema, no rádio e até em um jogo de tabuleiro, cada ramificação abordava uma perspectiva distinta do *plot* central. As extensões narrativas de *Twin Peaks* (1990-1991, ABC) também antecederam a convergência midiática. Lançado durante o hiato entre a primeira e a segunda temporada, o livro *The Secret Diary of Laura Palmer*¹⁴ foi escrito por David Lynch, um dos criadores da série, juntamente com sua filha Jennifer Lynch. A obra apresentava informações importantes sobre o passado de Laura Palmer (Sheryl Lee) que não tinham sido desenvolvidas na TV. Devido ao sucesso de vendas do livro, foram lançados ao longo da exibição da segunda temporada do programa outros dois volumes: *Twin Peaks: An Access Guide to the Town*¹⁵, uma guia turístico da cidade onde se passava a história, e *Diane...- The Twin Peaks Tapes of Agent Cooper*¹⁶, que reunia a transcrição dos áudios enviados pelo agente Dale Cooper (Kyle MacLachlan) a misteriosa personagem Diane. Um ano após a exibição do *series finale*¹⁷, foi produzido o longa metragem *Twin Peaks: Fire Walk With Me* (David Lynch, 1992). A trama se passa no mesmo universo ficcional da série, porém é centrada nas investigações do assassinado de Teresa Banks (Pamela Gidley).

Segundo Johnson (2012) e Mittell (2015) essas expansões narrativas, que sempre permearam a história, ganham novas configurações no ecossistema de convergência. Isto é, este cenário possibilita a criação de universos ficcionais que deslizam por diversos meios – websódios, blogs, jogos para computador, jogos de realidade alternativa (ARGs¹⁸), aplicativos de segunda tela, livros, HQs, etc. – e estimulam a participação do público. Neste contexto a transmídia reconfigura antigas práticas, adotando novas plataformas e novas formas de engajamento do sujeito midiático (JOHNSON, 2012; MITTELL, 2015).

De acordo com Mittell (2015, p.293-295) as estratégias transmídia são usadas com os seguintes objetivos: promover, apresentar e divulgar um conteúdo; ampliar o universo ficcional; detalhar o universo ficcional apresentado na nave mãe; engajar e

¹⁴ Disponível em: http://twinpeaks.wikia.com/wiki/The_Secret_Diary_of_Laura_Palmer . Acesso em: 22 dez.2015.

¹⁵ Disponível em: <http://welcometotwinpeaks.com/locations/twin-peaks-maps/> . Acesso em: 22 dez.2015.

¹⁶ Disponível em: http://twinpeaks.wikia.com/wiki/The_Autobiography_of_Dale_Cooper:_My_Life,_My_Tapes. Acesso em: 22 dez.2015.

¹⁷ Episódio final de uma série televisiva.

¹⁸ *Alternate reality game*.

recompensar os sujeitos midiáticos e sustentar o interesse do público durante os hiatos. *Dawson's Creek* (1998-2003, The WB) foi uma das primeiras séries estadunidenses a usar estratégias transmídia para enriquecer o seu universo ficcional e engajar o público (JENKINS, 2008; EVANS, 2011; JENKINS *et al.*, 2014). Desenvolvido por Chris Pike, o *Dawson's Desktop*¹⁹ representava o *desktop*²⁰ do computador de Dawson Leery (James Van Der Beek). No site era possível ler a caixa de e-mails, o diário e os trabalhos do personagem. De acordo com Jenkins, “O estratagema da área de trabalho (*desktop*) permitiu aos produtores trazer os espectadores para dentro da cabeça dos personagens, vendo outras dimensões de suas interações sociais” (2008, p. 165). Atualizado diariamente, o *Dawson's Desktop* chegou a gerar 25 milhões de acessos semanalmente (EVANS, 2011, p.22). Os conteúdos postados no site prologavam os arcos narrativos exibidos na TV, oferecendo ao público detalhes inéditos sobre a trama.

Em entrevista a Vinícius Navarro (2010) Jenkins afirma que as extensões transmidiáticas podem ser analisadas a partir de três pontos centrais. O primeiro ponto está relacionado a experiência propiciada pelo ambiente transmidiático, que segundo o autor, oferece “[...] mais informação e a oportunidade de explorar mais plenamente os mundos ficcionais” (NAVARRO, 2010, p.24). Na narrativa transmídia cada camada contribui de uma maneira distinta para a nave mãe²¹. Entretanto, ao mesmo tempo em que essas expansões são interdependentes a história central, elas não devem ser fundamentais para a compreensão do público. Isto é, o sujeito midiático não deverá obrigatoriamente passar por cada uma das ramificações do universo ficcional para entender o núcleo narrativo. Mas ao explorar as estratégias transmidiáticas o público terá uma experiência imersiva²² mais apurada do que aquele que só acompanhou a trama central. Conforme ressaltam Jenkins, Green e Ford (2014, p. 177) “[...] as abordagens transmídia produzem experiências de entretenimento mais significativas”.

As questões destacadas por Jenkins (NAVARRO, 2010) podem ser observadas na estratégia transmídia desenvolvida pelo canal pago estadunidense HBO para a série *Game of Thrones* (2011-presente). Para manter o interesse dos telespectadores durante o hiato²³ da segunda para a terceira temporada e aprofundar o universo ficcional da atração, a emissora lançou em parceria com o autor George R.R. Martin o aplicativo

¹⁹ Disponível em: <http://dawsonscreek.com/desktop/>. Acesso em: 24 dez. 2015.

²⁰ Área de trabalho ou Mesa, o termo varia de acordo com o sistema operacional.

²¹ Narrativa central.

²² “Imersão é um termo metafórico derivado da experiência física de estar submerso na água” (MURRAY, 2003, p. 102).

²³ A série vai ao ar uma vez ao ano, entre os meses de abril e junho.

*World of Ice and Fire*²⁴. Disponível para os sistemas operacionais iOS e Android, o aplicativo reúne em uma enciclopédia interativa todas as informações sobre os arcos narrativos da história. O conteúdo é dividido em quatro seções: *People*, que a apresenta a biografia detalhada de cada um dos personagens; *Maps*, um mapa em 3D das cidades e das ruínas de Westeros; *Places*, que indica a localização dos castelos, e *House* com a história das Casas dos personagens. O aplicativo também possui a função *Anti-Spoiler* em que o interagente²⁵ pode filtrar as informações que deseja acessar.

Por ser baseada na série²⁶ de livros *A Song of Ice and Fire* (George R. R. Martin), *Game of Thrones* possui um vasto universo ficcional. Rose (2011) conceitua este tipo de narrativa como ‘*deep media*’²⁷, isto é, tramas que apresentam uma profundidade midiática tão densa que precisam de outras plataformas para se sustentarem. No caso da série da HBO, os episódios, com cerca 57 minutos de duração, não são suficientes para contemplar à história em sua totalidade. A extensão transmidiática faz que o público tenha a oportunidade de explorar minuciosamente as nuances da trama, conhecendo *plots* que não foram amplamente desenvolvidos na TV. Ao acessar as seções que compõem o aplicativo o interagente também terá mais informações sobre o universo ficcional do programa. Porém, o *World of Ice and Fire* não é obrigatório para o entendimento de *Game of Thrones*. O aplicativo faz com que o público tenha uma experiência mais aprimorada da nave mãe, conhecendo cada detalhe da história.

O segundo ponto discutido por Jenkins (NAVARRO,2010) está ligado aos sub *plots* dos universos ficcionais. De acordo com o autor as extensões transmidiáticas permitem “[...] o engajamento com histórias de pano de fundo ou realçam o impacto a longo prazo dos eventos” (NAVARRO,2010, p.24). A série *Silicon Valley* (2014-presente), exibida pela HBO, conta a história de Richard Hendricks (Thomas Middleditch) um jovem programador que cria um algoritmo inédito de compreensão de dados. Para comercializar o recurso, ele e seus amigos Erlich Bachman (T. J. Miller), Bertram Gilfoyle (Martin Starr) e Dinesh Chughai (Kumail Nanjiani) desenvolvem um aplicativo de música chamado *Pied Piper*. Entretanto, apesar de ser o ponto de partida

²⁴ Disponível em: <https://itunes.apple.com/br/app/george-r.-r.-martins-world/id570015223?mt=8>. Acesso em 24 dez. 2015.

²⁵ Segundo Primo (2008, p.8) o termo interagente é aquele que “emana a ideia de interação, ou seja, a ação (ou relação) que acontece entre participantes”.

²⁶ Atualmente composta por seis títulos: *A Game of Thrones* (1996), *A Clash of Kings* (1998), *A Storm of Swords* (2000), *A Feast for Crows* (2005) e *A Dance with Dragons* (2011).

²⁷ Livre tradução: profundidade midiática.

para os conflitos que permeiam todos os episódios, a plataforma criada pelos personagens não tem uma relevância narrativa efetiva e serve apenas de pano de fundo para trama. Mesmo sendo uma temática onipresente nos *plots*, ao assistir a série o telespectador saberá apenas que o *Pied Piper* consegue transmitir músicas via *streaming*²⁸. Em nenhum momento²⁹ é explicado na atração como funciona essa tecnologia que desencadeia tantas disputadas de poder entre os personagens.

Lançado³⁰ pela HBO em abril de 2015, o site piedpiper.com³¹ preenche essa lacuna presente na série televisiva. O espaço funciona como um site de uma empresa real, apresentando desde os aspectos técnicos³² referentes à compreensão de dados até informações biográficas³³ sobre os desenvolvedores (os personagens de *Silicon Valley*). Nas seções *What is Pied Piper?* e *Pied Piper Technology* é possível entender, através de um infográfico interativo, como o algoritmo criado por Richard Hendricks (Thomas Middleditch) otimiza o processo de envio de dados. Além de oferecer ao público informações que não estão presentes na atração, mas que são relevantes para a história, o site traz verossimilhança ao universo ficcional de *Silicon Valley*. Os únicos elementos no site que indicam que o *Pied Piper* é um aplicativo fictício são os *links* para o perfil da série no Facebook³⁴ e no Twitter³⁵. Todo o conteúdo restante é equiparável ao de uma empresa real. De acordo com Jenkins (2008) esse tipo de extensão transmidiática fortalece o contexto das narrativas, fazendo com que o universo ficcional se torne mais convincente e compreensível.

A série *How I Met Your Mother* (2005-2014, CBS) também usou a transmídia para expandir um sub *plot* do seu universo ficcional. Exibido pela emissora estadunidense CBS em abril de 2008, o episódio *The Goat* contou com quatro fios narrativos. Um deles era focado em Barney Stinson (Neil Patrick Harris), na trama o personagem contava a história do *The Bro*³⁶*Code*, um livro composto por 150 regras de conduta sobre a amizade. Como por exemplo, ‘Um *bro* sempre gosta da nova imagem de perfil de outro *bro*’, ‘Um *bro* não deve ter um momento estranho com a noiva de

²⁸ Uma forma de distribuição de dados feita através de uma rede de computadores. Neste sentido, o usuário não precisa realizar o *download* do conteúdo, já que o computador recebe os dados ao mesmo tempo em que os repassa.

²⁹ Se refere aos episódios exibidos até o dia 25 de dezembro de 2015, isto é, até a segunda temporada.

³⁰ Durante a exibição da segunda temporada.

³¹ Disponível em: <http://www.piedpiper.com/>. Acesso em: 25 dez. 2015.

³² Seções *What is Pied Piper?* e *Pied Piper Technology*.

³³ Seções *Who We Are* e *Blog*.

³⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/SiliconHBO>. Acesso em: 25 dez. 2015

³⁵ Disponível em: <https://twitter.com/SiliconHBO>. Acesso em: 25 dez. 2015

³⁶ Abreviação da palavra *brother*.

outro *bro*'. Porém, no episódio só foram apresentadas 16 regras, para expandir o arco narrativo a CBS lançou, em outubro de 2008, a versão física *The Bro Code*³⁷. Além de detalhar cada uma das 150 regras, incluindo as que integraram *The Goat*, o livro trazia um glossário dos termos usados por Barney Stinson (Neil Patrick Harris) e as punições para quem desrespeitasse os termos.

Um dos aspectos interessantes da estratégia transmídia de *How I Met Your Mother* é que o *The Bro Code* é totalmente integrado ao universo ficcional da série. Isto é, considerando as implícitas diferenças entre cada uma das plataformas, o livro possui a mesma identidade da trama televisiva. Seja através do vocabulário, das referências e, principalmente, do humor, o público automaticamente relaciona o *The Bro Code* com o programa. Jenkins (2008) chama a atenção para essa coerência entre as extensões transmidiáticas. Segundo o autor é fundamental que todas as ramificações possuam a mesma estética da nave mãe, “Nenhuma obra em particular reproduz todos os elementos, mas cada uma deve usar os elementos suficientes para que reconheçamos, à primeira vista, que essas obras pertencem ao mesmo universo ficcional” (JENKINS, 2008, p.161).

As extensões narrativas de *How I Met Your Mother* também vão ao encontro do que Jenkins, Green e Ford (2014) conceituam como ‘entretenimento transmídia’. Os autores afirmam que estes universos ficcionais que emergem do atual ecossistema de convergência estimulam o constante engajamento do público, gerando uma nova cadeia de consumo.

Em lugar de tentar deslocar o interesse do público para o próximo novo lançamento em um sistema de obsolescência planejada, esse modelo busca prolongar o engajamento do público com textos de mídia no intuito de expandir os pontos de contato com a marca. Nesse processo, ele também fortalece a base econômica que dá suporte à criação de novos tipos de textos, permitindo que o público explore de forma mais completa as ficções favoritas e vá mais fundo nas histórias que interessam a ele (JENKINS; GREEN; FORD, 2014, p.172).

Em *How I Met Your Mother*, o *The Bro Code*, que partiu do sub *plot* apresentado no episódio de *The Goat*, deu origem a uma série de livros: *Bro on the Go*³⁸ (2009), *The Playbook*³⁹ (2010) e *Bro Code for Parents*⁴⁰ (2012). Além de prolongarem o

³⁷ Disponível em: <http://www.amazon.com/The-Bro-Code-Barney-Stinson/dp/143911000X>. Acesso em: 25 dez. 2015.

³⁸ Disponível em: <http://www.amazon.com/Bro-Go-Barney-Stinson/dp/1439173133>. Acesso em: 25 dez. 2015

³⁹ Disponível em: <http://www.amazon.com/The-Playbook-Score-chicks-awesome/dp/1439196834>. Acesso em: 25 dez. 2015

engajamento do público em torno da temática, as edições acabaram gerando novas fontes de receita para a CBS.

Todos estes livros baseados na trama de *How I Met Your Mother* são de autoria de Matt Kuhn⁴¹ que também é um dos roteiristas da série. A participação de Matt na elaboração de distintas camadas narrativas chama a atenção para os novos modos de criação inaugurados pelo ‘entretenimento transmídia’. Conforme apontam Bennett (2014) e Mittell (2015), cada vez mais o trabalho dos roteiristas das séries estadunidenses envolve não só o desenvolvimento de *scripts* dos episódios, mas também a criação de camadas narrativas suplementares tais como blogs dos personagens, conteúdo extra para DVDs, livros, websódios, etc.

No terceiro e último ponto destacado por Jenkins, o autor afirma que as extensões transmidiáticas “[...] redirecionam o foco em torno das perspectivas de personagens secundários ou periféricos, retornando à ‘nave mãe’ com um novo quadro de referência” (NAVARRO, 2010, p.24). Além de ser uma das narrativas transmídia mais emblemáticas⁴² no âmbito da ficção seriada, *Lost* (2004-2010) materializa as características ressaltadas por Jenkins.

Ao longo da trama foram lançados três livros: *Lost - Endangered Species*⁴³ (*Lost - Risco de Extinção*, 2005), *Lost - Secret Identity*⁴⁴ (*Lost - Identidade Secreta*, 2006) e *Lost - Signs of Life*⁴⁵ (*Lost - Sinais de Vida*, 2006). As histórias se passam no universo ficcional da atração da ABC e seguem o mesmo estilo narrativo, intercalando o passado, o presente e o futuro dos acontecimentos. Entretanto, os livros não são focados nos protagonistas de *Lost*, mas em personagens periféricos. Faith Harrington, Dexter Cross e Jeff Hadley são sobreviventes do voo 815, mas não estão efetivamente inseridos na trama televisiva. Ao ler os títulos, o público acompanha o relato de cada um dos personagens, conhecendo novas camadas narrativas do universo ficcional de *Lost*. Em *Lost - Endangered Species*, por exemplo, Faith descreve uma partida de gamão que jogou com John Locke (Terry O’Quinn), detalhando aspectos da personalidade do personagem que não tinham sido revelados na TV. Lançado em 2007, o jogo de

⁴⁰ Disponível em: <http://www.amazon.com/Bro-Code-Parents-Expect-Awesome/dp/1451690584> . Acesso em: 25 dez. 2015

⁴¹ O livro foi escrito por Matt Kuhn, porém nos créditos da capa ele divide ficcionalmente a autoria com o personagem Barney Stinson.

⁴² Ver Machado (2011).

⁴³ Disponível em: http://lostpedia.wikia.com/wiki/Endangered_Species. Acesso em: 26 dez. 2015.

⁴⁴ Disponível em: http://lost.wikia.com/wiki/Secret_Identity. Acesso em: 26 dez. 2015.

⁴⁵ Disponível em: http://lostpedia.wikia.com/wiki/Signs_of_Life. Acesso em: 26 dez. 2015.

realidade alternativa (ARG) *Find 815*⁴⁶, também é focado em um personagem periférico de *Lost*. Ao acessar o ARG, o interator⁴⁷ assume o papel do técnico em TI (Tecnologia de Informação) Sam Thomas e tem acesso às informações sobre os destroços do voo 815 que foram achados por Naomi (Marsha Thomason) no episódio *The Brig*⁴⁸, exibido em 2 de maio de 2007. Apesar de não serem essenciais para a compreensão da série televisiva, cada uma dessas ampliações proporcionam ao público uma perspectiva mais detalhada da história.

Destacada por Mittell (2015), a série *Breaking Bad* (2008-2013) usou as estratégias transmidiáticas não apenas para explorar seus personagens secundários, mas novos estilos narrativos. Durante a exibição do programa foram lançados pelo canal pago estadunidense AMC 17 websódios⁴⁹ e um site especial⁵⁰. Todos os conteúdos apresentavam um viés cômico, se distanciando da dramaticidade presente na série televisiva. Conforme descreve Mittell (2015, p. 312),

A maior parte dessa extensão transmídia é centrada em personagens secundários ao invés do protagonista, Walter White. As camadas possuem um tom cômico que contrapõe a dramaticidade da série televisiva. Através de vídeos e sites especiais é possível conhecer o passado de Hank, Marie, Badger, e Saul, e outros personagens secundários⁵¹.

Os websódios, disponibilizados no site da emissora, tinham cerca de 5 minutos de duração e eram focados nos personagens Hank Schrader (Dean Norris), Marie Schrader (Betsy Brandt), Saul Goodman (Bob Odenkirk) e Brandon Badger Mayhew (Matt L. Jones). Além de oferecerem ao público novas informações sobre o universo ficcional de *Breaking Bad*, os conteúdos eram pautados por um estilo narrativo distinto ao da nave mãe. Como por exemplo, o websódio *Wedding Day*⁵², que mostra Hank Schrader (Dean Norris) minutos antes do seu casamento com Marie Schrader (Betsy Brandt). Se na atração da AMC o agente do DEA (Drug Enforcement Administration) é seguro dos seus atos, a extensão transmídia ressalta o lado frágil do personagem, que tem uma crise compulsiva de choro e arrependimento antes da cerimônia, trazendo humor para a

⁴⁶ Disponível em: http://lostpedia.wikia.com/wiki/Find_815. Acesso em: 26 dez. 2015.

⁴⁷ Segundo Murray (2003) o interator é o sujeito que interage com as narrativas de forma ativa.

⁴⁸ Décimo nono episódio da terceira temporada. Disponível em: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Brig. Acesso em: 26 dez. 2015.

⁴⁹ Disponível em: <http://breakingbad.wikia.com/wiki/Minisodes>. Acesso em: 28 dez. 2015.

⁵⁰ Disponível em: <http://www.amc.com/shows/better-call-saul/saul-goodman-esq/>. Acesso em: 28 dez. 2015.

⁵¹ Most of this transmedia character development focuses on secondary figures rather than the main protagonist, Walter White, and highlights the program's comedic rather than dramatic tone, with additional vídeos and websites illuminating the amusing backgrounds of Hank, Marie, Badger, and Saul, some of the least serious characters in the series (MITTELL, 2015, p. 312)

⁵² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=m9aRNTKztcck>. Acesso em: 28 dez. 2015.

história. Já o site especial é centrado em Saul Goodman (Bob Odenkirk), ao acessar o espaço é possível acompanhar pequenas esquetes e informações fictícias sobre os seus serviços como advogado.

Além de ser fundamental na sustentação dos densos universos ficcionais das séries produzidas na *Post-Network Television*, a transmídia possibilita que o público conheça distintas perspectivas da história, indo além da apresentada na TV.

2.3 NOVAS FORMAS DE DISTRIBUIÇÃO DAS NARRATIVAS FICCIONAIS SERIADAS

Tanto as expansões transmidiáticas ressaltadas por Jenkins (2008) quanto as características das narrativas ficcionais seriadas da *Post-Network Television* exploradas por Johnson (2012), emergem de um cenário pautado por novos modos de distribuição do conteúdo televisivo. Segundo Martin (2014, p.32) “[...] a revolução em termos do que víamos é inseparável de uma revolução em nosso modo de ver”.

Como discutimos anteriormente, a chegada do vídeo cassete e a popularização dos canais segmentados influenciaram diretamente na estrutura das séries televisivas estadunidenses (SIGILIANO, 2014). Martin (2014, p. 51) destaca que a possibilidade de gravar e rebobinar as atrações “[...] encorajou os espectadores a aceitar mais histórias seriadas [...]”. Já a chegada das emissoras a cabo abriu espaço para produções direcionadas a um público específico.

A mudança ocorrida desde então tem sido tão profunda que é difícil lembrar que a televisão foi uma mídia exclusivamente voltada para o presente, durante metade de sua existência: o que aparecia na tela passava pelo espectador, tão irrecuperável quanto os acontecimentos da vida real. Não é de se espantar que as redes tivessem tanto medo de desafiar ou confundir; se o programa não fizesse sentido da primeira vez, já era. Não havia segundo ato (JOHNSON, 2012, p. 131).

Se na *Network Era Television* os episódios das narrativas seriadas eram estruturados a partir de *plots* e sub *plots* autônomos que introduziam conflitos temporários que se resolviam no final do programa. Na contemporaneidade, os novos modos de distribuição de conteúdo televisivo contribuem para a criação de histórias com múltiplos de fios narrativos, ausência de setas chamativas e um vasto mapa de rede social. Ao mesmo tempo em que as tramas da *Post-Network Television* possuem uma complexidade narrativa até então inédita na televisão, elas são amparadas por janelas de

acesso que estimulam e permitem que o público faça uma leitura atenta do universo ficcional. Conforme pontua Johnson (2012, p. 129), “Criam-se enredos tão complicados e autorreferenciais que o espectador tem de se esforçar para compreendê-los na primeira exibição – e no final tudo o que ele quer é voltar a fita e assistir de novo, só para descobrir o que deixou passar”.

Para Lotz (2007), Johnson (2012) e Martin (2014), na *Post-Network Television* dois suportes de distribuição se destacam: as tecnologias de conveniência e o licenciamento (DVDs). De acordo com Johnson (2012, p.131), as tecnologias de conveniência permitem “[...] aos espectadores selecionar programas diretamente de um menu de opções – e também pausar e retroceder”. Isto é, a partir de um catálogo pré-definido o público escolhe um título de sua preferência e decide quando, como e onde irá assisti-lo.

O mercado de serviços de *Subscription Video On Demand*⁵³ nos Estados Unidos é composto por quatro empresas principais⁵⁴: Amazon Video⁵⁵ (2006), Netflix⁵⁶ (2007⁵⁷), Hulu (2008)⁵⁸ e Yahoo TV⁵⁹ (2008) (ACIERNO, 2012). Para ter acesso aos conteúdos⁶⁰ o usuário deve realizar a assinatura das plataformas. As mensalidades variam de acordo com o pacote escolhido⁶¹. No âmbito das narrativas ficcionais seriadas, os títulos abrangem tanto as produções das emissoras estadunidenses e britânicas quanto atrações originais. Segundo Acierno (2012), influenciadas pelo atual ecossistema de convergência e pelos novos hábitos de consumo do público, os canais abertos e pagos estadunidenses passaram a transmitir sua programação via *streaming*⁶².

Com o intuito de atender melhor as necessidades e os novos hábitos de consumo do público, os grandes canais nacionais e internacionais têm se distanciando a velha logística de distribuição, e lançando plataformas de transmissão de conteúdo via *streaming* de sua grade de programação⁶³ (ACIERNO, 2012, p.57).

⁵³ Sob Demanda (livre tradução).

⁵⁴ Se refere a plataforma com o maior número de assinantes e títulos.

⁵⁵ Disponível em: <http://www.amazon.com/Instant-Video/b?node=2858778011>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁵⁶ Disponível em: <https://www.netflix.com>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁵⁷ A fundação da empresa foi em 1997, porém o serviço de conteúdo *on demand* teve início em 2007.

⁵⁸ Disponível em: <http://www.hulu.com>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁵⁹ Disponível em: <https://www.yahoo.com/tv/>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁶⁰ Filmes, séries, *reality shows*, documentários e apresentações musicais.

⁶¹ Se referem a qualidade da imagem e o número de dispositivos que podem acessar a plataforma simultaneamente.

⁶² Uma forma de distribuição de dados - imagem e som - feita através de uma rede de computadores. Neste sentido, o usuário não precisa realizar o download do conteúdo, já que o computador recebe os dados ao mesmo tempo em que os repassa.

⁶³ Tutti i grandi network nazionali e internazionali, per meglio soddisfare le esigenze del pubblico e le sue nuove abitudini di consumo, hanno stravolto le vecchie logiche di palimpsesto, lanciando strumenti

Atualmente as emissoras abertas ABC⁶⁴, CW⁶⁵, NBC⁶⁶, CBS⁶⁷ e Fox⁶⁸ disponibilizam gratuitamente⁶⁹ as narrativas ficcionais seriadas que integram a sua programação. Para assistir aos episódios é preciso realizar um cadastro prévio no aplicativo⁷⁰ ou no site das plataformas. Depois de estar logado, o usuário pode acompanhar os conteúdos na íntegra acessando a seção ‘*Full Episodes*’. Apesar de serem constantemente atualizados, os catálogos só abrangem as temporadas que estão no ar. Os episódios mais antigos e as tramas que já foram encerradas não são disponibilizados. Já as plataformas das emissoras estadunidenses a cabo HBO⁷¹, ABC Family⁷², Showtime⁷³, AMC⁷⁴ e A&E⁷⁵ adotam outro modelo de negócio. Apenas os assinantes dos canais têm acesso aos conteúdos online. Os catálogos, que podem ser acessados via aplicativo⁷⁶ ou *desktop*, contêm todas as temporadas produzidas das séries que integram as grades de programação.

Wolk (2015) afirma que, além espelharem seus conteúdos nas suas próprias plataformas online, os canais estadunidenses segmentados estão adotando múltiplas janelas de acesso durante os lançamentos de suas tramas. Segundo o autor (2015, p. 157-159) o objetivo é engajar o público *online* e promover os pacotes de assinatura. Desde 2012 a HBO disponibiliza os episódios pilotos das produções em seu perfil no You Tube⁷⁷. Tramas como *The Newsroom* (2012-2014), *Silicon Valley*, *Girls* (2012-presente), *Looking* (2014-2015) e *The Leftovers* (2014-presente) tiveram as *season première* postadas na plataforma 12 horas após a sua exibição na TV. O canal pago Showtime adota a mesma estratégia de divulgação, o primeiro episódio da terceira temporada de *Dexter* e da segunda temporada de *Homeland* (2011-presente), por

inovativi (vídeo-portali) per seguire in diretta streaming la programmazione dei loro canali (ACIERNO, 2012, p.57).

⁶⁴ Disponível em: <http://abc.go.com/>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁶⁵ Disponível em: <http://cwseed.com/>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁶⁶ Disponível em: <http://www.nbc.com/live>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁶⁷ Disponível em: <http://www.cbs.com/watch/>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁶⁸ Disponível em: <http://www.fox.com/full-episodes>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁶⁹ Os serviços abrangem somente os Estados Unidos.

⁷⁰ Disponíveis para os sistemas operacionais iOS e Android.

⁷¹ Disponível em: <http://www.hbogo.com/>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁷² Disponível em: <http://abcfamily.go.com/>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁷³ Disponível em: <http://www.sho.com/sho/showtime-anytime>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁷⁴ Disponível em: <http://www.amc.com/mobile>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁷⁵ Disponível em: <http://www.aetv.com/live-stream>. Acesso em: 31 dez. 2015.

⁷⁶ Disponíveis para os sistemas operacionais iOS, Android e Windows.

⁷⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/user/HBO>. Acesso em: 1 jan. 2016.

exemplo, também foram disponibilizados no You Tube⁷⁸. Já o canal AMC aproveitou o universo ficcional de *Halt and Catch Fire* (2014-presente), que tem como arco central o desenvolvimento do computador pessoal no Silicon Prairie, para lançar uma ação inédita. Duas semanas antes de a série estreiar⁷⁹ na televisão, a emissora postou o episódio na íntegra no Tumblr⁸⁰. Segundo o presidente da AMC Cahrlie Collier, além de dialogar com o *plot* da série, a rede social é a mais popular entre os telespectadores ávidos do canal. “O Tumblr é uma plataforma popular entre os telespectadores ávidos da AMC. *Halt and Catch Fire* é o programa perfeito para o verão e, por conta de sua temática central, um bom pretexto para ser a primeira estreia de uma série de TV no Tumblr⁸¹”, explicou Collier (MUNN, 2014).

Silva (2000) afirma que as plataformas de conteúdo *on demand*⁸², que possibilitam que o público escolha quando, como e onde irá assistir a trama, introduzem uma nova relação entre o sujeito midiático e a programação televisiva. Assim como o rádio, a TV é uma mídia de fluxo, isto é “[...] se notabiliza pela reprodução incessante de conteúdo, de modo independente do espectador, em um fluxo unidirecional e regular” (CANNITO, 2010, p. 49). Ou seja, a exibição dos conteúdos não depende da vontade do telespectador, mesmo que ele desligue o aparelho televisivo o fluxo permanece⁸³ regular a linha do tempo. Esta forma de distribuição está intrinsecamente relacionada ao que Eco (2013) denomina como Estética da TV. Neste sentido, a transmissão ao vivo é a especificidade mais profunda do meio. Segundo Machado (2014, p. 125), “A televisão nasceu ao vivo, desenvolveu todo o seu repertório básico de recursos expressivos num momento em que ainda operava ao vivo e esse continua sendo seu traço distintivo mais importante dentro do universo do audiovisual”.

O sistema de organização desse fluxo televisivo unilateral e regular se dá a partir da grade de programação. Conforme explica Cannito (2010, p. 51), “O fluxo temporal é organizado pelo modelo convencional de repetição: cada dia tem 24 horas, cada semana tem sete dias. Ou seja, a cada período prefixado, o evento se repete, sem ser o mesmo –

⁷⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLZ8c54cxQG2EHrmAflakcbAJBDRr0ppEh>. Acesso em: 1 jan. 2016.

⁷⁹ A série estreou dia 1º de junho de 2014 e a ação no Tumblr aconteceu dia 28 de maio de 2014.

⁸⁰ Disponível em: <http://haltamc.tumblr.com/>. Acesso em: 1 jan. 2016.

⁸¹ Tumblr is the destination for many of AMC’s most passionate fans. *Halt and Catch Fire* it’s a perfect show for summer and – given the subject matter – a good fit for Tumblr’s first TV series première. (MUNN, 2014).

⁸² SVOD. Ver Wolk (2015)

⁸³ Segundo Cannito (2011, p. 49) As tecnologias de repetição possibilitam que o telespectador quebre este fluxo temporal de modo unidirecional, mas “[...] essa possibilidade não descaracteriza o modelo consagrado da televisão”.

eis o princípio que em que se baseia a grade televisiva”. Desta forma, as ordenações temporais prefixadas da TV não permitem que o telespectador escolha quando irá assistir aos programas. Por mais que a grade seja baseada na rotina⁸⁴ do público, este não tem autonomia para selecionar a atração que deseja de modo individual. Já nos serviços de conteúdo *on demand* o sujeito midiático pode selecionar, dentro das possibilidades do catálogo, qual título quer ver e em que momento.

Martin (2014) afirma que essas tecnologias de conveniência introduzem um novo modo de se assistir às narrativas ficcionais seriadas.

Agora, podemos assistir a uma série inteira em maratonas de duas ou três horas, em verdadeiras orgias de consumo, sessões corridas das quais é até possível tentar se safar, mas então entram no ar os créditos de aberturas de outro episódio com seu hipnótico efeito pavloviano, algo que o faz voltar e se preparar para uma hora inteira (MARTIN, 2014, p. 33).

É neste contexto que surge o *bing watching*⁸⁵, conforme define Wolk (2015, p. 34-39) o termo se refere ao hábito de assistir ao mesmo programa por horas seguidas. De acordo com uma pesquisa do Harris Interactive, 61% dos assinantes do Netflix assistem entre 2 a 6 episódios seguidos de um seriado (WEST, 2013). No caso do Netflix, o próprio sistema operacional da plataforma vai encadeando os capítulos, sem que o assinante tenha que apertar o *play* do seu dispositivo.

Porém, ao invés de se tornarem meros concorrentes dos canais televisivos os serviços de conteúdo *on demand* têm desempenhado um papel importante na compreensão dos universos ficcionais das tramas da *Post-Network Television*. Para Vince Gilligan, criador de *Breaking Bad*, o Netflix foi fundamental para que os telespectadores se inteirassem dos acontecimentos da série entre os *hiatos* (WEISMAN, 2013). A trama, além de ser pautada por múltiplas linhas narrativas e diálogos ambíguos, era exibida anualmente pelo canal pago AMC. Desta forma, a recapitulação dos acontecimentos através do *bing watching* ajudava no entendimento do público e mantinha seu interesse na história. “Acho que o Netflix nos manteve no ar. Não só estamos de pé aqui em cima [com o Emmy], como eu não acho que nosso programa teria durado além da segunda temporada⁸⁶”, afirmou Vince (WEISMAN, 2013). O Netflix também contribuiu para a popularização da série, muitos telespectadores que não eram assinantes da AMC passaram a conhecer a produção através da plataforma.

⁸⁴ Ver Fechine (2014)

⁸⁵ Também chamada de *binge-viewing*, *marathon-viewing* ou *bingeview* Ver Wolk (2015).

⁸⁶ “I think Netflix kept us on the air. Not only are we standing up here (with the Emmy), I don’t think our show would have even lasted beyond season two (WEISMAN, 2013).

Como destaca o diretor de fotografia de *Breaking Bad* Michael Slovis, “Eu não sei os números, mas houve um tempo em que o Netflix se orgulhava de mais pessoas verem *Breaking Bad* no Netflix que na AMC. Nós construímos uma audiência porque [os espectadores] podem ver todos os episódios e acompanhar a série ⁸⁷” (JOHN, 2013). Apesar de a AMC disponibilizar as temporadas completas de suas atrações na plataforma AMC Go, o Netflix abrange um maior número de assinantes que a emissora. Só nos Estados Unidos o serviço conta com 42 milhões, totalizando 62 milhões de assinantes nos 190⁸⁸ países que atua (RICHWINE, 2016).

Visando essa popularidade, o canal estadunidense Fox, que também mantém a Fox Now, criou uma parceria com o Netflix. Semanas antes das estreias das novas temporadas das narrativas ficcionais seriadas que integram a sua grade de programação a emissora disponibiliza a temporada anterior no serviço de conteúdo *on demand*. Como, por exemplo, a quarta e a oitava temporadas de *New Girl* (2011-presente) e de *Bones* (2005-presente), respectivamente, foram liberadas no Netflix⁸⁹ cinco semanas antes da estreia da TV da quinta e nona temporadas. A estratégia adotada pela Fox não só ajuda na divulgação, como também no entendimento das constantes retomadas dos *plots* deixados em aberto nas tramas.

O outro suporte de distribuição destacado por Lotz (2007), Johnson (2012) e Martin (2014) está relacionado ao licenciamento das narrativas ficcionais seriadas da *Post-Network Television*. Segundo Johnson (2012, p.125), “Os programas que prosperam com o licenciamento devem o sucesso ao fato de conseguirem ser vistos cinco vezes sem se tornarem tediosos. E ser visto cinco vezes significa ter mais complexidade, não menos”.

Como discutimos anteriormente, as séries da *Network Era Television* eram organizadas a partir de uma ou duas linhas narrativas, essa estrutura trazia autonomia aos episódios. Em outras palavras, as atrações privilegiavam o menos objetável e, conseqüentemente, não instigavam o telespectador a ponto de ele querer assistir aos episódios novamente. Já nas tramas da *Post-Network Television* o “[...] objetivo final deixa de ser capturar a atenção do público por uma vez e passa a ser manter sua atenção ao longo de várias reprises [...]” (JOHNSON, 2012, p. 125). Quanto mais vezes o

⁸⁷I don't know the numbers, but there was a period of time where Netflix was proud of the fact that more people had seen 'Breaking Bad' on Netflix than on AMC. We build an audience because they're able to binge view and catch up (JOHN, 2013).

⁸⁸ Disponível em: <https://help.netflix.com/pt/node/14164>. Acesso em: 2 jan. 2016.

⁸⁹Se refere ao catálogo estadunidense.

telespectador assistir aos episódios, mais chance ele terá de reconhecer as referências presentes na trama. Isto é, os universos ficcionais contemporâneos são compostos por densas camadas narrativas que não se esgotam na primeira exibição. A multiplicidade de linhas narrativas, a ausência de setas chamativas e as conexões do mapa de rede social prolongam o interesse do público, estimulando-o a consumir a mesma atração inúmeras vezes.

Este poder de repetição das séries fez com que o licenciamento, que antes era considerado um mercado marginal na indústria televisiva, se tornasse uma das principais fontes de lucro das emissoras. Só no ano de 2003 a venda de DVDs gerou somente nos Estados Unidos 1 bilhão de dólares (NEW YORK POST, 2010). De acordo com Johnson (2012, p. 125), “O licenciamento mudou a economia subjacente, a concepção e a produção dos programas, porque os ganhos com a redistribuição são imensos, muito maiores do que os gerados pela exibição original”.

Em 2013 a série *Game of Thrones* entrou para o *Guinness World Records Book* como o programa de TV mais pirateado da história. Estima-se que cada episódio da trama seja baixado ilegalmente 5,9 milhões de vezes (BUSINESS INSIDER, 2015). Porém, o licenciamento da série é tão rentável que, segundo o diretor de programação da HBO, Michael Lombardo, desde que o público continue comprando os DVDs, a pirataria é uma espécie de elogio para a emissora.

Eu provavelmente não deveria falar isso, mas é uma espécie de elogio. A demanda existe e certamente não teve impacto negativo nas vendas de DVDs. [A pirataria] é algo que está acoplado ao fato de se ter um programa de grande sucesso numa TV por assinatura. Se você observa o valor agregado das vendas internacionais e de DVDs — que são as duas receitas que importam, uma vez que não vendemos em nenhuma outra plataforma nos EUA — é com certeza o maior dos programas que temos hoje ⁹⁰ (HIBBERD, Online, 2013).

Como as tramas da *Post-Network Television* possuem densos e complexos universos ficcionais, o licenciamento também é usado com extensão transmidiática, aumentando assim o poder de repetição do conteúdo. Conforme explica Johnson (2012, p.131),

Os espectadores agora administram suas coleções particulares de programas clássicos, preenchendo as estantes da sala com caixas de DVD como se fossem edições encadernadas de romances. As informações suplementares que muitas vezes são incluídas nesses DVDs aumentam seu potencial de

⁹⁰I probably shouldn't be saying this, but it is a compliment of sorts. The demand is there. And it certainly didn't negatively impact the DVD sales. [Piracy is] something that comes along with having a wildly successful show on a subscription network. If you look at aggregate of international and DVD sales — which are the two revenue streams we look at since we're not selling it domestically on another platform — yes, absolutely, in terms of shows we have on now (HIBBERD, Online, 2013).

repetição: se o espectador está cansado do episódio original, pode assistir à versão com todas as cenas deletadas ou ouvir os comentários do diretor.

A série *Lost* usou os extras da caixa⁹¹ de DVDs da sexta temporada para concluir alguns *plots* que foram deixados em aberto durante a exibição do *series finale*. Intitulado *The New Man in Charge*⁹², o conteúdo mostrava cenas inéditas de Hurley (Jorge Garcia) e Ben (Michael Emerson) após os acontecimentos do episódio final. O epílogo, com 12 minutos de duração, foi desenvolvido especialmente para o licenciamento.

À medida que as tecnologias de conveniência e o licenciamento possibilitam e estimulam novos níveis de complexidade nas narrativas ficcionais seriadas, a cultura em rede⁹³ permite que os universos ficcionais possam ser dissecados, ressignificados, explicados e analisados de uma maneira até então inédita.

2.4 CULTURA PARTICIPATIVA: CRIAÇÃO, PRODUÇÃO, CIRCULAÇÃO E RESSIGNIFICAÇÃO DE CONTEÚDOS

O atual ecossistema de convergência oferece recursos que ajudam a sustentar as tramas da *Post-Network Television*. Se o telespectador não compreende os múltiplos fios narrativos de uma trama ele poderá encontrar orientação nos fóruns de discussão, nas enciclopédias virtuais, nos sites especializados, nas redes sociais, etc. Ou se os roteiristas incluem referências cinematográficas e literárias no episódio, poucas horas depois da sua exibição elas estarão sendo debatidas pelo público na rede. Conforme destaca Johnson (2012, p. 92), “Os espectadores que se perdem na rede social de *24 Horas*⁹⁴ dispõem de um recurso que os de *Dallas* não tinham: numerosos sites e comunidades que partilham informações sobre os programas populares da televisão”.

Esse compartilhamento de informação sobre as complexas camadas que compõem os universos ficcionais das narrativas seriadas televisivas ganha novas configurações na cultura participativa. Assim como a transmídia, o fenômeno é anterior ao ambiente digital. Segundo Jenkins, Ford e Green (2014, p. 203), “A cultura participativa tem uma história (na verdade, várias histórias) muito maior do que o tempo de vida de tecnologias específicas ou de plataformas comerciais”. Os autores (2014,

⁹¹ Também conhecido como Box.

⁹² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=983rrm4wcwg>. Acesso em: 4 jan. 2016.

⁹³ Um conjunto de redes de telecomunicações criadas com o processo digital de circulação das informações e/ou dados.

⁹⁴ No original ‘24’.

202-204) afirmam que o rádio amador no início do século XX, os clubes de câmera amadora, o ativismo do consumidor nas ações de boicotes e *buycotts*⁹⁵ são alguns dos exemplos que demonstram que as tentativas para gerar meios alternativos para a comunicação do público antecedem o atual ecossistema de convergência.

Para Jenkins, Ford e Green (2014) o que muda na contemporaneidade é que a cultura participativa emerge em um ambiente midiático dramaticamente modificado e ainda em transformação. Isto é, no cenário da cultura da convergência “[...] todos são participantes – embora os participantes possam ter diferentes graus de *status* e influência” (JENKINS, 2008, p. 189). O fenômeno vai além dos paradigmas tecnológicos e industriais, tendo como ponto central a nova postura do sujeito midiático e o inevitável fluxo de conteúdo pelas múltiplas plataformas de mídia. Conforme aponta Shirky (2011, p.42), “Toda vez que um novo consumidor se une a esse cenário de mídia, um novo produtor se une também, porque os mesmos equipamentos, como telefones e computadores, permitem que se consuma e se produza”. Desta forma, na cultura participativa os papéis de produtores e consumidores tornam-se cada vez mais entrelaçados, se distanciando do relacionamento de oposição (JENKINS, 1992).

A partir do momento em que público tem a oportunidade de participar ativamente na criação, produção, circulação e, principalmente, na ressignificação dos conteúdos midiáticos, as indústrias compreendem que é preciso reavaliar a sua relação com o público, já que as posições do consumidor e do produtor, antes tão nítidas e delimitadas, se imbricam. Durante as seis temporadas de *Lost* o canal ABC manteve uma loja online⁹⁶ com os produtos da série, tais como chaveiros, camisetas, bonés, agasalhos, etc. Porém, os objetos abrangiam tanto os itens licenciados pela emissora estadunidense quanto as criações do público. Antes de serem adicionados na vitrine virtual, os produtos eram avaliados e aprovados pelos responsáveis pela plataforma⁹⁷.

A postura da ABC materializa as discussões de Jenkins (2008), pois além de serem dispostos no mesmo espaço, tanto dos produtos licenciados quanto os criados pelo público tinham preços equiparáveis. As camisetas custavam em média \$26,00, as canecas \$16,00, os chaveiros \$6,00, etc. A única diferença entre os itens era que os disponibilizados pelo público eram mais específicos, focando, por exemplo, na

⁹⁵ Consumidores que optam por comprar produtos rotulados e eticamente responsáveis.

⁹⁶ Disponível em: http://lostpedia.wikia.com/wiki/ABC_TV_Store_merchandise. Acesso em: 7 jan. 2016.

⁹⁷ Disponível em: <http://www.cafepress.com/lost>. Acesso em: 7 jan. 2016.

Iniciativa Dharma⁹⁸, nos diálogos dos personagens, e não somente na logomarca da série, como os da ABC. Mas ambos tinham a mesma importância e destaque dentro da loja online.

Atitudes como a da emissora estadunidense, que acolheu o trabalho do público disponibilizando-o juntamente com os produtos licenciados, não são unânimes no âmbito das indústrias de mídia. Conforme apontam Jenkins, Ford e Green (2014, p. 63) “[...] poucas empresas estão dispostas a correr o que pode ser entendido como um risco substancial com propriedades intelectuais potencialmente valiosas”. Essas empresas são conceituadas como cooperativistas. Elas consideram o público como “[...] colaboradores importantes na produção de conteúdos, e intermediários alternativos, ajudando a promover a franquia” (JENKINS, 2008, p.191).

Para o lançamento da primeira temporada da série *Bates Motel* (2013-presente) o canal pago estadunidense A&E desenvolveu uma ação para estimular a colaboração dos telespectadores. A campanha convidava o público a criar a abertura da série, para participar era preciso enviar para o perfil⁹⁹ da emissora no Facebook um vídeo, de no máximo 15 segundos de duração, explicando os principais conceitos da ideia. O vencedor ganhou \$2.500 e teve sua abertura incorporada no *thriller*. A estratégia de divulgação da segunda temporada de *Bates Motel* também encorajou a participação do público. Intitulada *Wish You Were Here*¹⁰⁰ a ação era focada na criação de cartões postais do hotel onde se passa a trama. Ao acessar o site www.hellofrombatesmotel.com o interagente poderia fazer o *upload*¹⁰¹ de imagens e textos para personalizar um dos quatro modelos disponibilizados pela A&E. Os autores dos doze melhores cartões postais tiveram suas criações postadas no perfil da série no Facebook¹⁰² e no Twitter¹⁰³. Além disso, ganharam *kits* promocionais (DVD, pôster e chaveiro) e entradas para a pré estreia da *season première* da segunda temporada.

As ações desenvolvidas pelo canal pago A&E sintetizam os pilares das empresas cooperativistas. Ao estimular o engajamento e, principalmente, a criação de conteúdo em torno do universo ficcional, a emissora estabelece uma relação afetiva com o público. Essa valorização do sujeito midiático também está relacionada ao modelo de

⁹⁸ Projeto fictício de pesquisa científica que integrava a trama.

⁹⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/BatesMotelAETV>. Acesso em: 6 jan. 2016.

¹⁰⁰ Disponível em: <http://www.aetv.com/content/bates-motel-wish-you-were-here-sweeps-basic>. Acesso em: 6 jan. 2016.

¹⁰¹ Se refere a ação de enviar dados de um computador local para um computador ou servidor remoto.

¹⁰² Disponível em: <https://www.facebook.com/BatesMotelAETV>. Acesso em: 6 jan. 2016.

¹⁰³ Disponível em: <https://twitter.com/InsideBates>. Acesso em: 6 jan. 2016.

marketing adotado por essas empresas. Segundo Jenkins (2008, p. 179), a economia afetiva “[...] enfatiza o envolvimento emocional dos consumidores com a marca como uma motivação fundamental em suas decisões de compra”. Isto é, as ações pautadas por este modelo trabalham a afetividade do público.

Outra característica da economia afetiva é que as fronteiras entre o entretenimento e a mensagem publicitária se tornam imprecisas (ROSE, 2010). Na *Comic Com International* de 2011, em San Diego, na Califórnia, a HBO criou uma experiência imersiva para promover a quarta temporada de *True Blood* (2008-2014). Durante os quatro dias de evento, o canal transformou *Side Bar*¹⁰⁴, um famoso estabelecimento da cidade, no bar fictício da série. O espaço foi totalmente adaptado, reproduzindo desde a decoração até a disposição da mobília do *Fangtasia*¹⁰⁵. Entretanto, o ponto central da ação do canal pago era a degustação do *Tru Blood*¹⁰⁶. Na trama a bebida era um sangue sintético criado por cientistas japoneses para que vampiros pudessem conviver com os humanos. Rapidamente o público começou a compartilhar fotos, vídeos e resenhas sobre a visita ao *Fangtasia*. Como por exemplo, o post de Sue Lukenbaugh, publicado no blog *Museled*, em que a estudante relata, “Side Bar foi transformado em Fangtasia no fim da tarde e já havia uma multidão do lado de fora quando chegamos”¹⁰⁷ (LUKENBAUGH, 2009). Ao proporcionar ao visitante uma experiência imersiva que vai além das maneiras habituais de divulgação, a HBO conseguiu gerar uma publicidade espontânea para os novos episódios de *True Blood*. Neste sentido, mesmo que com diferentes objetivos, tanto a ABC, a A&E e a HBO estimularam a colaboração do público. Ao valorizá-las e integrá-las ao universo ficcional, as emissoras fidelizam os telespectadores.

Em contrapartida, algumas empresas proíbem, chegando até a criminalizar, as formas de participação, ressignificação e coautoria do público (JENKINS, 2008). Segundo Jenkins (2008) elas são classificadas como proibicionistas. Isto é, se as cooperativistas incentivam, por exemplo, a criação e o compartilhamento de conteúdos, as proibicionistas restringem a propagação das produções não autorizadas. Em outubro de 2015, o canal pago estadunidense AMC solicitou ao Periscope¹⁰⁸ que excluísse a

¹⁰⁴ Disponível em: <http://www.sidebarsd.com/>. Acesso em: 7 jan. 2016.

¹⁰⁵ Disponível em: <http://trueblood.wikia.com/wiki/Fangtasia>. Acesso em: 7 jan. 2016.

¹⁰⁶ Disponível em: http://trueblood.wikia.com/wiki/Tru_Blood. Acesso em: 7 jan. 2016.

¹⁰⁷ “Side Bar was transformed into Fangtasia for the evening, and there was already a crowd outside when we arrived” (LUKENBAUGH, 2009).

¹⁰⁸ Aplicativo que permite que o usuário realizem transições de vídeos ao vivo através de dispositivos móveis. Disponível em: <https://www.periscope.tv/>. Acesso em: 8 jan. 2016.

conta dos usuários que estavam utilizando a plataforma para transmitir o episódio de estreia da sexta temporada de *The Walking Dead* (2010-presente). De acordo com o site Mashable (2015), grande parte do público que acompanhou a transmissão via *streaming* era de países em que a série não é exibida simultaneamente (MASHABLE, 2015). Na seção de comentários da reportagem do Mashable, os leitores criticaram a medida adotada pela emissora, alegando que as imagens transmitidas tinham qualidade precária e travavam constantemente. Desta forma, segundo eles, o uso do Periscope não prejudicaria a AMC (MASHABLE, 2015).

Para Jenkins, Ford e Green (2014, p. 85), “As novas tecnologias possibilitam ao público exercer um impacto maior na circulação do que antes, mas também permitem às empresas controlar o comportamento uma vez privado que agora assume dimensões maiores”. O atual ecossistema de convergência propiciou que espectadores de diversas partes do mundo pudessem assistir a *season première* de *The Walking Dead*, entretanto fez com que os perfis fossem identificados em menos de 24 horas¹⁰⁹.

É importante ressaltar que esta postura proibicionista das emissoras não afeta somente o público estadunidense. Após publicar o pôster promocional da quarta temporada de *Dexter*, a brasileira Fabiana Neves, responsável pelo site Guia de Seriados, recebeu uma mensagem do advogado do canal pago Showtime solicitando a retirada do conteúdo do ar. Segundo a emissora, a estudante não teria autorização para postar a imagem e que caso ela não a deletasse, o site seria acusado de infringir os direitos autorais. Em um post intitulado “Propaganda grátis pra Showtime, nunca mais”, Fabiana Neves criticou a atitude da empresa:

Eu não vou deixar de assistir *Dexter*, *Californication*, *The Tudors* e outras produções que são exibidas pelo canal por conta disso, mas fazer propaganda de graça para o Showtime, correndo o risco de ser tratada como criminoso novamente, nunca mais. Agora, o que ganha um canal bloqueando seu acesso para outros países? Estão começando a recusar divulgação de suas produções? Para que divulgar os tais pôsteres e trailers se eles não podem ser exibidos por terceiros? Que divulgação é essa? (NEVES, Online, 2009)

O mesmo aconteceu com os sites brasileiros *Dude News*¹¹⁰, SOS Seriados de TV¹¹¹, *Zé Off-line*¹¹², Seriados Info¹¹³ e Poltrona¹¹⁴. De acordo com Simone Miletic, do

¹⁰⁹ O episódio foi ar no dia 9 de outubro de 2015, no dia 10 de outubro os usuários tiveram suas contas excluídas.

¹¹⁰ Disponível em: <http://dudenews.blogspot.com.br/2009/06/cbsshowtime-da-tiro-no-proprio-pe.html>. Acesso em: 8 jan. 2016.

¹¹¹ Disponível em: <http://soseriadosdetv.com/2009/06/24/showtime-proibe-blogs-brasileiros-de-divulgar-poster-de-dexter/>. Acesso em: 8 jan. 2016.

¹¹² Disponível em: <http://zeoffline.com/2009/06/showtime-fail/>. Acesso em: 8 jan. 2016.

¹¹³ Disponível em: <http://seriados.info/noticias/?p=2100>. Acesso em: 8 jan. 2016.

SOS Seriados de TV, “[...] é incompreensível quando canais e produtores encaram o público como empecilho e não parceiro na divulgação de seu trabalho” (MILETIC, 2009). Apesar de o ambiente de convergência propiciar uma maior participação do público, fazendo com que ele, muitas vezes, influencie o formato e os rumos das indústrias de mídia. Segundo Jenkins, Ford e Green (2014, p.64) “[...] ainda estamos longe de alcançar algo que se assemelhe a uma participação plena”.

Mesmo que muitas dessas atividades não sejam devidamente autorizadas, elas acabam beneficiando as marcas. Isto é, propagando o seu conteúdo para distintos públicos e plataformas, que a emissora não teria acesso. Neste sentido, “As empresas que dizem ao público que tirem as mãos da propriedade intelectual de uma marca estão se distanciando desses processos, muito dos quais poderiam criar e prolongar o valor dos textos midiáticos” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 63).

Entretanto é fundamental considerar que essa categorização proposta por Jenkins (2008), que distingue as empresas cooperativistas das proibicionistas, não deve ser discutida de forma dialética. Ao mesmo tempo em que a Showtime disponibiliza suas *seasons premières* online, ela proíbe a veiculação de fotos promocionais de suas produções. A separação ajuda na análise didática dos casos, mas na prática as indústrias de mídia são pautadas tanto por medidas cooperativistas quanto por proibicionistas.

A cultura participativa e a ampliação do poder do sujeito midiático na criação, colaboração, coautoria e ressignificação dos conteúdos também traz novas possibilidades às atividades dos fãs. Como apontam Lopes *et al* (2015, p. 22), “Novas perspectivas tecnológicas surgidas principalmente com a popularização da internet garantem noções diferentes de sociabilidade e interações entre os fãs”. Apesar de possuírem uma relação intrínseca, os conceitos de fã e *fandom* apresentam características distintas. O termo fã se refere ao sujeito que tem uma relação passional e de profunda admiração por algo (uma franquia de mídia, um filme, uma HQ, etc) ou por uma pessoa pública (cantor, cantora, ator, atriz, etc) (JENKINS, 1992; BOOTH, 2010). No caso dos conteúdos ficcionais televisivos, o fã é o telespectador ávido. Aquele que assiste aos episódios inúmeras vezes, conhece profundamente os personagens e os *plots*, explorando ao máximo o universo ficcional. De acordo Lopes *et al* (2015, p. 18), “É a partir do momento em que o telespectador passa a se envolver emocionalmente com a trama e a criar laços profundos com a ficção que ele se torna um verdadeiro fã”.

¹¹⁴ Disponível em: <http://www.poltrona.tv/ainda-trabalhando-no-velho-mundo/>. Acesso em: 8 jan. 2016.

Já o *fandom* se refere a um conjunto de fãs, em sua tradução literal o termo faz referência há algo como ‘reino dos fãs’, pela presença do sufixo *dom* proveniente de *kingdom* (reino) (JENKINS, 1992; BOOTH, 2010). Esta subcultura de fãs é caracterizada pelo sentimento de companheirismo e solidariedade por aqueles que compartilham os mesmos interesses. Conforme destacam Jenkins, Ford e Green (2014, p. 220),

Os fãs individuais podem ser tidos como integrantes de grupos de espectadores, enquanto os *fandoms* começam a demonstrar algumas características dos públicos, ligados entre si por meio de sua ‘sociabilidade compartilhada’ e sua ‘identidade compartilhada’.

Neste sentido, no *fandom* “[...] os membros se identificam conscientemente como parte de uma comunidade maior com qual sentem algum grau de comprometimento e lealdade” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p.17).

Proposto pelo autor *obsession_inc*¹¹⁵ em uma publicação do site de *fanfics*¹¹⁶ Dreamwidth.org (2009) e discutida por Jenkins, Ford e Green (2014), Mittell (2015) e Booth (2015, 2015b), os conceitos de *affirmational fandom*¹¹⁷ e *transformational fandom*¹¹⁸, nos ajudam a refletir sobre a produção dos fãs no ecossistema de convergência. Segundo *obsession_inc* (2009) no *affirmational fandom* o universo ficcional é reafirmado, pois os conteúdos produzidos não extrapolam os termos do texto original. Criado por um *fandom* brasileiro, o site *Dexter Brasil*¹¹⁹ recebe mensalmente cerca de 21.700 mil acessos. O espaço contém desde informações básicas sobre a trama do canal pago Showtime até resenhas de cada um dos 96 episódios exibidos. Mesmo com o encerramento de *Dexter* em setembro de 2013, o site continua sendo atualizado. As postagens são focadas nos trabalhos atuais dos atores que integravam o elenco do programa, e também nos lançamentos de livros e *box* especiais de *Dexter*. Neste sentido, o site vai ao encontro do conceito de *affirmational fandom*, pois todos os conteúdos publicados estão dentro dos limites do universo ficcional. Isto é, não há nenhuma resignificação nos textos produzidos pelos fãs, mas uma reafirmação da trama.

¹¹⁵Segundo Mittell (2015), *obsession_inc* é um pseudônimo adotado por um usuário do influente site de *fanfic* Dreamwidth. Desta forma, não se sabe o nome real do autor dessa categorização. Tanto das referências de Mittell (2015), Booth (2015, 2015b) e até de Jenkins, Ford e Green (2014) citam *Obsession_inc* (pseudônimo/*user*) e indicam o *link* para o texto publicado no site Dreamwidth. O nome real do autor não consta em nenhuma dessas publicações.

¹¹⁶ Histórias, narrativas criadas por fãs. Ver Booth (2015)

¹¹⁷*Fandom* Afirmacional (livre tradução da autora).

¹¹⁸*Fandom* Transformacional (livre tradução da autora).

¹¹⁹ Disponível em: <http://www.dexterbrasil.com/>. Acesso em: 10 jan. 2016.

Já o *transformational fandom* reescreve o universo ficcional, explorando caminhos que não estavam presentes inicialmente no texto original (OBSESSION_inc, 2009). Exibido em março de 2014, o *series finale* de *How I Meet Your Mother* ganhou uma versão alternativa criada pelo *fandom*. Apesar de ter uma *fanbase*¹²⁰ ávida, as cenas finais da *sitcom* do canal estadunidense CBS não agradaram aos fãs. A reportagem da Folha de São Paulo (2014) reproduziu alguns comentários postados nas redes sociais: “É o pior final de todos os tempos; Há alguma chance de isso ser apenas uma pegadinha de 1º de abril? ; Existe a vida real e existe a televisão. O final de ‘*How I Met Your Mother*’ não foi nenhum dos dois” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2014).

Porém, em meio a tantas reclamações, os fãs que participam do fórum da série no site *FanForum*¹²¹ decidiram se juntar para criar um novo desfecho para a trama. O final alternativo partia das mesmas cenas exibidas pela CBS, mas explorava outros desdobramentos¹²². Na descrição da postagem do vídeo¹²³ no You Tube, os fãs colocaram: “Depois de termos aguardado por tanto tempo, este é o final que merecíamos¹²⁴”. Neste caso, o conteúdo criado pelo *fandom* foi além do vinculado pela emissora, trazendo ressignificações para a história.

Essa capacidade de mobilização dos fãs em prol de um interesse comum vem alterando e influenciando os rumos das indústrias de mídia. De acordo com Jenkins, Ford e Green (2014, p. 210),

Os *fandoms* são um tipo de coletividade (no qual eles agem como comunidades em vez de indivíduos) e conectividade (no qual seu poder é ampliado por seu acesso às comunicações ligadas em rede) cuja presença está sendo sentida na cultura contemporânea.

Tudo isso pode ser observado nas ações organizadas pelos *fandoms* durante o período de renovação das temporadas das narrativas ficcionais seriadas estadunidenses. Diante dos baixos índices de audiência e da ameaça de cancelamento após a exibição da segunda temporada, o *fandom* de *The Leftovers* (2014-presente) decidiu chamar a atenção do canal HBO. Caracterizados como personagens da história, os membros do *Guilty Remnant*¹²⁵, e segurando placas com a palavra ‘*Renew*¹²⁶, um grupo de fãs se

¹²⁰ Base de fãs.

¹²¹ Disponível em: <http://www.fanforum.com/f289/>. Acesso em: 10 jan. 2016.

¹²² No vídeo Ted Mosby (Josh Radnor) ficava com Tracy McConnell (Cristin Milioti) e não com Robin Scherbatsky (Cobie Smulders), como na versão dos roteiristas.

¹²³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0caCEG1nH3E>. Acesso em: 10 jan. 2016.

¹²⁴ “And this end we deserved that, after we waited so long!”

¹²⁵ Na série o *Guilty Remnant* é um grupo que acredita que a Partida foi um Arrebatamento Bíblico. Um dos seus propósitos é fazer com que os ‘deixados para trás’ não se esqueçam do que aconteceu. Disponível em http://the-leftovers.wikia.com/wiki/Guilty_Remnant. Acesso em: 11 jan. 2016.

reuniu na porta da sede da emissora em Nova York, nos Estados Unidos, para pedir a renovação do programa. O protesto rapidamente foi noticiado pela imprensa e divulgado pelo público nas redes sociais. Para demonstrar apoio ao *fandom*, fãs de várias partes do mundo publicaram mensagens usando a *hashtag* #renewtheleftovers. Após quatro¹²⁷ dias de protesto a HBO anunciou a renovação de *The Leftovers* para a sua terceira e última temporada. Apesar de a emissora não ter declarado oficialmente o que a levou a produzir novos episódios, muitos¹²⁸ sites especializados atribuíram à decisão a ação organizada pelos fãs em Nova York. O site TV Guide, por exemplo, iniciou a notícia afirmando: “O protesto dos fãs funcionou! É um milagre! HBO renovou *The Leftovers* para uma terceira e última temporada, o anúncio foi feito nesta quinta-feira”¹²⁹ (TV GUIDE, 2015).

Considerada por Rose (2011) e Jenkins, Ford e Green (2014) um dos casos mais tangíveis sobre o poder de engajamento dos fãs, a renovação de *Chuck* (2007-2012) só foi possível por conta de mobilização do *fandom* da série. Conforme explica Rose (2011), em 2011 o programa estava prestes a ser retirado do ar pela NBC, entretanto os fãs criaram uma campanha para chamar a atenção das empresas que patrocinavam a atração. Liderados pelo site *We Give a Chuck*¹³⁰, o objetivo da ação era mostrar ao canal que a métrica de audiência não representava o número real de telespectadores do programa. Para isso, durante os intervalos comerciais de *Chuck*, os fãs enviavam tuites para os perfis dos anunciantes comentando sobre o produto e demonstrando que eles poderiam dar retorno às marcas. Em pouco tempo a ação despertou o interesse dos patrocinadores. Como, por exemplo, a Pepsi, que postou em seu perfil no Twitter uma mensagem de apoio à renovação da série: “Uau fãs de #chuck você são incríveis. Obrigada pelo todo o seu apoio”¹³¹ (TV WEEK, 2011).

Entretanto, mesmo com a repercussão nas redes sociais e a divulgação na imprensa especializada (TIME, 2009), a NBC continuava irredutível na sua decisão. A um passo de perder sua série favorita, os fãs tiveram que mudar sua estratégia. Através do site *We Give a Chuck* eles pediram que todos os espectadores do programa fossem ao

¹²⁶ Renovem.

¹²⁷ O protesto começou no dia 7 de dezembro de 2015 e o anúncio da renovação aconteceu no dia 11 de dezembro.

¹²⁸ Tais como: Hollywood Reporter, TV Line, TV Guide, Deadline, Seriable e Digital Trends.

¹²⁹ “The protest of the fans worked! It's a miracle! HBO has renewed The Leftovers for a third and final season, the network announced on Thursday” (TV GUIDE, 2015).

¹³⁰ Disponível em <http://www.wegiveachuck.com/>. Acesso em: 11 jan 2016.

¹³¹ “Wow #chuck fans are awesome! Thanks for all the support!!! (TV WEEK, 2011).

Subway, o patrocinador com a maior cota publicitária¹³² da atração, todas às segundas-feiras e comprassem um sanduíche. A aceitação do *fandom* foi tamanha que a empresa teve que contratar funcionários para suprir a demanda (ROSE, 2011, p.196). O resultado não poderia ser outro, a NBC voltou atrás e decidiu produzir novos episódios de *Chuck*. Em entrevista ao site Bloomberg (2009), Ben Silverman, vice-presidente de entretenimento da emissora, destacou a importância do *fandom*:

Os pedidos pela renovação *Chuck* que partiram da comunidade online, da imprensa especializada e dos nossos anunciantes nos motivaram a tomar esta decisão. Já as séries *My Name Is Earl* e *Medium*, não foram renovadas porque não havia esse tipo de atenção e dedicação por parte da audiência”¹³³.

Jenkins, Ford e Green (2014) afirmam que o *fandom* televisivo pode ser considerado uma referência para os estudos e pesquisas no âmbito da comunicação. Segundo os autores, esses “[...] grupos de fãs muitas vezes têm sido inovadores quanto ao uso de plataformas participativas para organizar e responder textos de mídia” (2014, p.56). Em meio à multiplicidade de linhas narrativas, a ausência de setas chamativas e o complexo mapa de redes sociais, os fãs das séries vêm desenvolvendo grandes teias colaborativas de conhecimento. Como descreve Johnson (2012, p. 133),

Fãs devotados colaboram em enormes documentos abertos – resumos de episódios, perguntas frequentes, guias de curiosidades sobre a série – que existem na rede como obras de erudição popular em constante desenvolvimento, sempre sendo remendadas pelos fiéis seguidores.

Esses recursos utilizados pelo público na compreensão e na leitura atenta das narrativas ficcionais seriadas dialogam com o conceito de inteligência coletiva discutida por Lévy (2014). De acordo com o autor (2014, p. 29), a inteligência coletiva “É uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”. Neste sentido, “Ninguém sabe de tudo, todos sabem alguma coisa, todo o saber está na humanidade” (LÉVY, 2014, p.29). Assim, a inteligência tem como base “[...] o reconhecimento mútuo das pessoas, e não o culto de comunidades fetichizadas ou hipostasiadas” (LÉVY, 2014, p.29). Os pontos centrais desses espaços colaborativos são o interesse e o

¹³² Estimada em 34 milhões de dólares (ROSE, 2011, p. 194).

¹³³“The demand for ‘Chuck’ that came out of the online community, the critical press and our advertiser base made us have to pick up that show. For these other shows (*My Name Is Earl* and *Medium*) there was not any of that kind of attention or energy”.

conhecimento mútuo de seus membros, que independente de limites, barreiras geográficas ou filiações institucionais, se comunicam de maneira ativa.

Criada em 2006, a Wikia – *Home of Fandom*¹³⁴ é a maior plataforma colaborativa de *fandoms* do mundo. Atualmente¹³⁵, o site contém 335 mil páginas destinadas a filmes, vídeo jogos, livros e programas televisivos e recebe 185 milhões de acessos mensais. A estrutura informacional da Wikia – *Home of Fandom* consiste em uma modalidade de escrita hipertextual cooperada na web denominada sistema Wiki. Desenvolvido por Ward Cunningham em 1995, o sistema Wiki¹³⁶ tinha inicialmente o objeto de auxiliar na condução de grandes projetos de informática, possibilitando que as documentações pudessem ser constantemente atualizadas por todos os membros da equipe (PRIMO, RECUERO, 2006). A aplicação permite e estimula a construção cooperada do conhecimento. Conforme explicam Primo e Recuero (2006, p. 58),

Através dessa ferramenta um internauta pode alterar qualquer conteúdo apresentado em um site com tal recurso, através do próprio *browser* utilizado para navegação. Ou seja, logo após editar um texto disponível e clicar no botão de salvamento, a página é atualizada automaticamente no site, sem que o autorda versão anterior (ou qual quer outra pessoa) precise aprovar a modificação. Nesse sentido, ninguém possui a posse definitiva sobre texto nenhum.

Em suma, a Wikia – *Home of Fandom* funciona como uma enciclopédia online que é redigida a partir da colaboração dos fãs.

Lévy (2014, p. 29) afirma que na inteligência coletiva o processo social de aquisição do conhecimento é dinâmico e participativo. Os pontos ressaltados pelo autor estão presentes nas páginas da Wikia – *Home of Fandom* destinadas às narrativas ficcionais seriadas estadunidenses. Além de abrangerem informações gerais sobre as atrações, tais como a audiência dos episódios, as fichas técnicas dos atores e atrizes, a biografia dos personagens, etc, a plataforma auxilia na compreensão das características narrativas das produções da *Post-Network Television* discutidas por Johnson (2012). Como, por exemplo, a página¹³⁷ de *Mr. Robot* (2015-presente), que tem uma seção dedicada à explicação das referências presentes na grafia dos títulos dos episódios¹³⁸. Ou na de *Hannibal*¹³⁹ (2013-2015) que possui um espaço¹⁴⁰ destinado à influência da

¹³⁴ Disponível em: <http://www.wikia.com/>. Acesso em: 11 jan. 2016.

¹³⁵ Os dados se referem à consulta realizada no dia 11 de janeiro de 2016.

¹³⁶ Segundo Primo e Recuero (2003) a Wikipédia é a maior e mais popular plataforma que adota o sistema Wiki.

¹³⁷ Disponível em: http://mrrobot.wikia.com/wiki/Mr._Robot_Wikia. Acesso em: 12 jan. 2016.

¹³⁸ Disponível em: <http://mrrobot.wikia.com/wiki/Episodes>. Acesso em: 12 jan. 2016.

¹³⁹ Disponível em: http://hannibal.wikia.com/wiki/Hannibal_Wiki. Acesso em: 12 jan. 2016.

¹⁴⁰ Disponível em: [http://hannibal.wikia.com/wiki/Hannibal_Lecter_\(TV\)](http://hannibal.wikia.com/wiki/Hannibal_Lecter_(TV)). Acesso em: 12 jan. 2016.

mitologia grega em alguns dos assassinatos cometidos pelo personagem Hannibal Lecter (Mads Mikkelsen).

Para adicionar novas informações às Wikis é preciso realizar um cadastro prévio e após a aprovação, o interagente pode acessar as funções: editar página, adicionar uma foto, adicionar um vídeo e adicionar um *link*. Todo o espaço é construído e atualizado de maneira colaborativa pelos *fandoms* das séries. Como discutimos anteriormente, a cultura participativa tem um papel fundamental na sustentação dos complexos universos ficcionais da *Post-Network Television*. Mesmo que o telespectador se perca nas múltiplas linhas narrativas, ele poderá encontrar orientação nesses ambientes colaborativos.

De acordo com Lévy (2014) na inteligência coletiva a *expertise* individual do sujeito midiático passa a ser subordinada a fins coletivos e comuns. Segundo o autor, este ponto pode ser observado “[...] na capacidade de comunidades virtuais de alavancar o conhecimento e a especialização de seus membros, normalmente pela colaboração e discussão em larga escala” (2014, p. 30). Neste sentido, cada sujeito midiático colabora com suas habilidades específicas a fim de construir um conhecimento coletivo. *Twin Peaks* foi uma das primeiras séries televisivas a ganhar uma comunidade¹⁴¹ online. Segundo Williams (2005) e Jenkins (2006, 2008), o fórum foi criado semanas após a exibição da *season première* e rapidamente se tornou uma das maiores e mais ativas listas de discussão da época, com 25 mil usuários cadastrados. Como descreve o autor,

Os fãs trabalhavam juntos para elaborar tabelas e gráficos dos acontecimentos da série ou compilações de trechos importantes de diálogos; compartilhavam o que conseguiam encontrar sobre a série em jornais locais; usavam a internet para localizar fitas de vídeo, caso perdessem; investigavam a complexa grade de referências a outros filmes, séries de televisão, músicas, romances e outros textos populares (JENKINS, 2008 p.62)

Desde o gancho central¹⁴² de *Twin Peaks* até o perfil dos personagens estimulavam os telespectadores a trabalharem em conjunto para preencher as lacunas deixadas propositalmente por Mark Frost e David Lynch. Porém, as capacidades de organização e de trabalho coletivo da comunidade trouxeram mais exigências para a trama. Cada cena exibida na TV era dissecada, levantando teorias que estavam além das elaboradas pelos roteiristas. Segundo Jenkins (2008, p.34), a partir disso “A televisão teria de se tornar

¹⁴¹ Se refere ao fórum alt.tv.twinpeaks.

¹⁴² Quem matou Laura Palmer?

mais sofisticada se não quisesse ficar para trás de seus espectadores mais comprometidos”.

Atualmente as narrativas ficcionais seriadas da *Post-Network Television* são pautadas por universos ficcionais que não só exigem uma leitura atenta do público como também estimulam que cada episódio seja destrinchado e analisado exaustivamente. Isso pode ser observado na constante presença de *easter egg* nas tramas. Os *easters eggs* são pequenas referências, alusões, informações, piadas e/ ou conteúdos mostrados de maneira oculta em *softwares*, séries, filmes, vídeo jogos, etc (CLARKE, 2010). De acordo com Martin (2014), esses enigmas deixados propositalmente pelos roteiristas propiciam uma experiência mais profunda e enriquecedora do universo ficcional.

Após a exibição dos programas, os fãs se juntam para analisar as cenas *frame a frame* em busca de *easter eggs* que possam ajudar na compreensão das histórias. Martin (2014, p.35) afirma que essa prática estabelece um “[...] vínculo incomum não apenas entre o programa e o espectador, mas entre o espectador e a emissora”. A análise dos *easters eggs* geralmente é feita em fóruns, redes sociais e comunidades *fandom*. Mesmo sendo elaborados por telespectadores ávidos, estes guias minuciosos acabam servindo de orientação para o público de forma geral.

Sem esses novos canais, as sutilezas da nova cultura estariam limitadas apenas aos fãs mais ardorosos. Mas a natureza pública e colaborativa desses sites significa que dezenas ou centenas de fãs podem se unir para identificar todas as nuances de um programa e deixar um registro para que fãs menos dedicados possam explorá-lo quando for conveniente (JOHNSON, 2012, p. 133)

O Eeggs¹⁴³ é site colaborativo que cataloga os *easters eggs* presentes em programas de TV, filmes, vídeos jogos e livros. Na seção *TV Shows* é possível encontrar as referências ocultas de 1.529 mil atrações. As análises abrangem tanto os episódios televisivos quanto os conteúdos presentes nos extras dos DVD.

Entretanto as narrativas ficcionais seriadas da *Post-Network Television* não apresentam apenas novos aspectos criativos, tecnológicos e participativos. A experiência televisiva também está sendo reconfigurada. O atual ecossistema de convergência midiática estabelece novos espaços de socialização, ressignificação e participação em torno da grade de programação.

¹⁴³ Disponível em: <http://www.eeggs.com/>. Acesso em: 12 jan. 2016.

3. *SOCIAL TV*: A RESSIGNIFICAÇÃO DA EXPERIÊNCIA TELEVISIVA

Discutir um fenômeno no momento em que ele emerge é desafiador. Alguns conceitos divergem, a teoria e a prática não avançam na mesma velocidade, há poucas unanimidades e as reviravoltas são constantes. Não esperar a maturação de um fenômeno pode ser um risco, por outro lado a oportunidade de observá-lo e analisá-lo durante o seu desenvolvimento é única. Este é o caso da *social TV*, em plena ascensão no âmbito acadêmico e mercadológico, o fenômeno estabelece uma relação intrínseca entre a televisão e as novas plataformas. Entretanto, é importante frisarmos que devemos ser cautelosos para não transformarmos as discussões sobre este momento de transição da televisão, marcado pela popularização da *social TV*, num discurso da novidade.

Segundo Dubois (2004, p.34), o discurso da inovação se apóia numa retórica e numa ideologia. O autor afirma que “a retórica do novo se apresenta e se auto proclama em toda parte [...]” como, por exemplo, nas reportagens da imprensa, nas declarações do público e nas constatações dos pesquisadores. No caso da *social TV* este aspecto pode ser observado nos relatos pautados pela euforia tecnológica, norteados por uma perspectiva que aborda o fenômeno como algo absolutamente inovador, interativo e purista. Os debates sobre a *social TV* também acabam tendenciando para o profetismo, ao apresentarem uma visão futuroológica capaz de prever, de maneira exata, como será a experiência televisiva a partir do fenômeno.

Já a ideologia, que apóia o discurso da inovação, tem como pontos centrais a recusa da história e o progresso contínuo (DUBOIS, 2004, p.34). Apesar de ser um fenômeno híbrido, estruturado a partir de características televisivas e da arquitetura digital conectada da *social media* e dos aplicativos de segunda tela, muitas reflexões sobre a *social TV* rompem com o passado. Isto é, vêem o fenômeno como algo deslocado de seus precedentes, visando sempre o ‘próximo passo’.

Nessa perspectiva, antes de aprofundarmos nossas discussões sobre a *social TV* iremos refletir sobre o histórico conjuntural e a conceituação do fenômeno, ressaltando a pluralidade que permeia as definições. Demonstrando que apesar de ser uma prática contemporânea, a *social TV* não é inteiramente nova.

3.1 REFLEXÕES SOBRE A *SOCIAL TV*

Primeiramente, é importante justificarmos porque optamos por não traduzir o termo ‘*social TV*’ para o português. A partir de um levantamento¹⁴⁴ bibliográfico que inclui artigos científicos¹⁴⁵ e livros internacionais que abordam o fenômeno, constatou-se que grande parte dos trabalhos, independente da nacionalidade, adotaram o conceito sem realizar a tradução para seu respectivo idioma. Nesse sentido, no âmbito internacional o termo ‘*social TV*’, em inglês, é o mais usado nos estudos sobre o fenômeno.

No caso do Brasil, com base em um levantamento dos trabalhos publicados entre 2010 e 2014 nos anais da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber) e da Associação Brasileira de Pesquisadores da História da Mídia (Alcar) pode-se observar que a adoção da nomenclatura em inglês também é a mais adotada (SIGILIANO, 2015).

Do total de artigos analisados apenas 27% optaram por traduzir o termo ‘*social TV*’ para ‘TV social’. Além da baixa adesão entre os pesquisadores nacionais, a tradução do conceito também pode gerar alguns ruídos no entendimento do fenômeno. Em uma simples pesquisa no Google, por exemplo, os resultados encontrados pelo sistema de busca a partir da palavra chave ‘TV social’ não apontam para informações sobre o conceito. Mas para empresas, como a TV Social Mídia¹⁴⁶, um estúdio de filmagens no Rio Grande do Norte, e para instituições e estudos relacionados à democratização do acesso a comunicação.

Desta forma, apesar do estrangeirismo, optamos por usar o termo em inglês, pois a adoção da ‘*social TV*,’ e não ‘TV social’, vai ao encontro dos estudos publicados na área e evita que o fenômeno seja compreendido de forma equivocada.

Delimitar de forma precisa o marco zero dos termos *social TV* e *social television* é algo extremamente complexo e problemático. Segundo Harboe *et al.* (2007) Harboe *et al.*, (2008) e Harboe (2009) antes de adquirirem significados técnicos específicos os

¹⁴⁴ As pesquisas analisadas abrangiam distintos países como, por exemplo, Espanha, Itália, Portugal, Alemanha e França. Isto é, não só aqueles que têm como idioma oficial o inglês.

¹⁴⁵ Os artigos foram pesquisados a partir do *software* Publish or Perish. Nesse recorte foram encontrados 1.005 mil trabalhos que abordavam a temática.

¹⁴⁶ Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/TV-Social-Mídia-482191568518814/>. Acesso em: 21 mai. 2016.

termos permearam por distintos âmbitos. Harboe (2009, p.2) afirma em suas pesquisas que a expressão é anterior à invenção¹⁴⁷ do aparelho televisivo, “É difícil, se não impossível, estabelecer a origem do conceito *social television*. De uma forma ou de outra, ele antecede a própria televisão¹⁴⁸”.

O autor (HARBOE, 2009) pontua que muito antes da emergência das tecnologias de vídeo e de comunicação, tais como conhecemos hoje, os escritores de ficção científica já materializavam em suas obras dispositivos que antecipavam a participação e a interação do público em torno de um conteúdo. Publicado no século XIX, em junho de 1890, o livro *La vie électrique* (A vida elétrica) de Albert Robida, introduziu o *téléphonoscope* (ROBIDA, [1882] 2004). Conforme explica Barnouw (1990), a obra integra a última parte de uma trilogia¹⁴⁹ lançada pelo autor entre 1883 e 1890. Nos livros o escritor francês relata como será o mundo no futuro, apesar de ser constantemente comparado a Jules Verne, um dos diferenciais de sua obra é que todos os aparatos tecnológicos são sinergicamente integrados à vida cotidiana (BARNOUW, 1990).

O *téléphonoscope* é descrito por Robida ([1882] 2004) como um aparelho de videofone e televisão que transmite de forma ininterrupta notícias, performances teatrais, cursos e teleconferências.

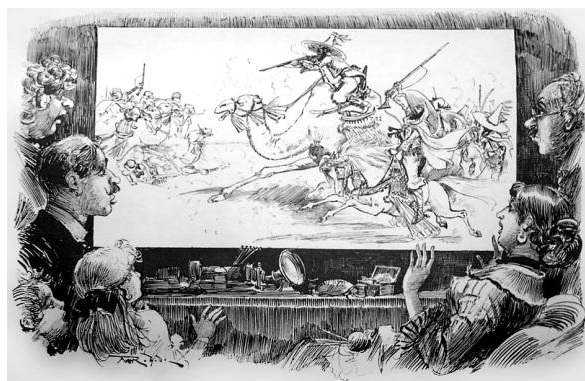


Figura 1: Espectadores assistem o noticiário através do *téléphonoscope*.

Fonte: Encyclopædia Britannica.¹⁵⁰

¹⁴⁷ Segundo Machado (2000) as primeiras transmissões experimentais foram feitas em meados da década de 1920 pelo inglês John Logie Baird.

¹⁴⁸ It is difficult, if not impossible, to establish where the concept of social television first originated.

¹⁴⁹ A trilogia de Albert Robida é composta pelos livros: *Le vingtième siècle* (1883), *La guerre au vingtième siècle* (1887) e *La vie électrique* (1890).

¹⁵⁰ Disponível em: <http://global.britannica.com/biography/Albert-Robida>. Acesso em: 27 mai. 2016.

Porém, o ponto de interseção entre o dispositivo e a *social TV*, é que o *téléphonoscope* possibilita que o espectador assista peças teatrais em casa e compartilhe simultaneamente suas impressões com outros interlocutores, como se todos estivessem dividindo o mesmo espaço (HARBOE, 2009, p.2). Essa experiência proporcionada pelo aparato pode ser observada no seguinte trecho de *La vie électrique* (ROBIDA, [1882] 2004, p. 55-56):

“Então, pode aplaudir?”, perguntou Barnabette.
 “Claro!” respondeu o Sr. Ponto. “Os telespectadores também podem aplaudir. Aqui, deixe-me ligar no teatro. Você pode aplaudir se desejar”.
 Barbe rindo perguntou: “Então se nós quiséssemos também poderíamos enviar vaías?”.
 “Definitivamente, não!”, respondeu o Sr. Ponto. “Isso é proibido! Você entende que, se fosse permitido expressões de desaprovação, qualquer brincalhão poderia perturbar as performances de suas próprias poltronas”¹⁵¹.

Machado (2001, p. 21-44) defende que a arte tem a capacidade não só de transgredir os limites da tecnologia, mas de antecipá-la. A partir da publicação de Albert Robida vários dispositivos que ampliavam a experiência audiovisual, principalmente através da videoconferência, começaram a se popularizar nas obras de ficção científica (HARBOE, 2009). Apesar de surgir no contexto da vigilância e da repressão, o teletela¹⁵² dialoga com o espectro da *social TV*. O dispositivo integra a trama do livro 1984¹⁵³ de George Orwell¹⁵⁴, publicado em 1949, e é descrito pelo autor inglês como uma tecnologia de telecomunicação bidirecional que funciona como televisão e câmera de vigilância.

A teletela recebia e transmitia simultaneamente. Qualquer barulho que Winston fizesse, mais alto que um cochicho, seria captado pelo aparelho; além do mais, enquanto permanecesse no campo de visão da placa metálica, poderia ser visto também (ORWELL, [1949] 2007, p.6)

Embora a principal função do teletela fosse transmitir a programação oficial do governo e patrulhar as residências, Harboe (2009, p.2) explica que o aparato também era usado, mesmo que ocasionalmente, para o entretenimento possibilitando assim a interação do público. O autor afirma que enquanto Orwell estava escrevendo a obra, em

¹⁵¹ “So, one can applaud?” asked Barnabette.

“Of course!” Mr. Ponto replied. “Home viewer scanal so offer their own [applause]. Here, let me connect out to the theater. You may applaud, if you wish.”

“So,” a laughing Barbe inquired, “we could also send out boos if we wished to?”

“Definitely not!” answered Mr. Ponto. “That’s forbidden! You understand that if expressions of disapproval were permitted, any practica joker could disturb the shows from the irown armchairs.”

¹⁵²Telescreen no original.

¹⁵³Nineteen Eighty-Four no original.

¹⁵⁴ O pseudônimo de Eric Arthur Blair.

1948, vários protótipos relacionados à telefonia de vídeo estavam começando a ser desenvolvidos nos laboratórios das empresas da área.

Após sete anos, em 1956, a empresa de telecomunicação estadunidense AT&T criou o primeiro protótipo experimental do *Picturephone*. Inicialmente o sistema de videofone¹⁵⁵ transmitia uma imagem a cada dois segundos, depois de passar por alguns ajustes no sistema operacional a empresa realizou, em 1964, um teste com os moradores das cidades de Orlando e de Nova York (AT&T, Online). Entretanto, os resultados não foram encorajadores, segundo consta nos relatórios disponibilizados pela AT&T (AT&T, Online) o público criticou o tamanho do aparelho, a hostilidade dos botões de comando e a baixa qualidade das imagens. Mesmo com o retorno negativo, o *Picturephone* chegou ao mercado¹⁵⁶ estadunidense em 1970 e, de maneira previsível, fracassou nas vendas.

Harboe (2009, p.3) ressalta que apesar de o *Picturephone* não envolver o conteúdo televisivo, o aparato da AT&T estimulou o desejo de socialização do público e influenciou, através de seu sistema operacional, a criação do *Spacephone* que será discutido mais adiante. Ao refletir sobre os precursores da *social TV*, tal como conhecemos hoje, o autor chama a atenção para o *call-in*¹⁵⁷, o formato é caracterizado pela participação ao vivo do espectador via telefone. Segundo Newcomb (1997) e Mittell (2010) o *call-in* migrou do rádio para a TV na década de 1960 e, rapidamente, se popularizou nos *talk shows*. Nesse contexto, o formato permitia, mesmo que minimamente, que o telespectador contribuísse com o conteúdo que estava no ar (HARBOE, 2009).

Apesar de não estar presente no retrospecto proposto por Harboe (2009), o Qube, desenvolvido pela empresa estadunidense Time Warner em 1970, tinha como ponto central a interação do público com o aparelho televisivo. De acordo com Wohn (2013), o dispositivo era conectado à TV e permitia que o usuário postasse e respondesse mensagens relacionadas ao que estava sendo transmitido. Porém, todas as publicações eram pré estabelecidas pelo sistema, o que limitava a interação.

¹⁵⁵ O videofone é um aparelho de telefone com uma tela acoplada que permite realizar transmissões audiovisuais, possibilitando que as pessoas conversem em tempo real. De certa forma, o videofone é um precedente do Facetime, da Apple.

¹⁵⁶ Comercial do Picturephone. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BQMnlKMFd8M>. Acesso em: 26 mai. 2016.

¹⁵⁷ Também chamado de *phone-in*.

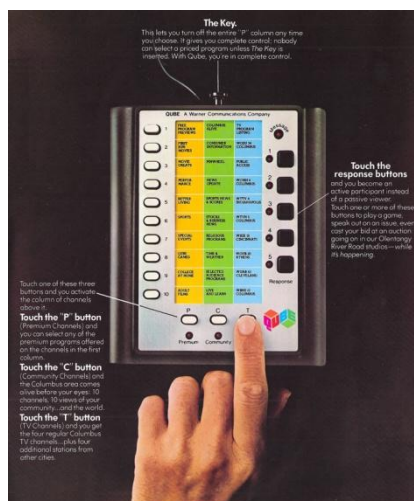


Figura 2: O anúncio do Qube destaca as funções do aparelho.

Fonte: TV History Pod¹⁵⁸.

O primeiro dispositivo a oferecer uma experiência remotamente semelhante a da *social TV* foi o *Spacephone*, lançado em 1980 (HARBOE, 2009; WOHN, 2013). Fabricado pela empresa estadunidense de aparelhos televisivos Zenith Electronics, o aparato permitia que o público realizasse ligações telefônicas de forma integrada à televisão. Segundo Harboe (2009) e Wahn (2013) o controle remoto do *Spacephone* era equipado com um microfone embutido e um alto falante para que o usuário pudesse realizar e atender as chamadas. Os autores ressaltam que apesar de o público poder falar ao telefone enquanto assistia aos programas, o áudio da TV era automaticamente silenciado durante as ligações. Em decorrência da baixa adesão mercadológica, a produção do *Spacephone* foi interrompida anos após o seu lançamento.

Apesar de ser categorizada por Harboe (2009) como “uma versão simples¹⁵⁹” da *social TV* é importante ressaltar que o dispositivo não era voltado especificamente para a conversação em torno da programação televisiva. Nos relatos publicados no blog Good Problem (2009), os usuários comentam que usavam o *Spacephone* para ligar para os amigos, passar trotes e escutar as conversas dos familiares, e não necessariamente para repercutir os programas que estavam no ar.

Criado por Joel Hodgson, a série *Mystery Science Theater 3000* (1988-1999) antecipou, mesmo que indiretamente, vários sistemas de *social TV* que viriam a ser desenvolvidos futuramente (HARBOE, 2009). O *MST3K* tinha como principal arco narrativo o plano de Dr. Clayton Forrester (Trace Beaulieu) e Dr. Laurence Erhardt

¹⁵⁸ Disponível em: <http://www.tvhistorypod.com/wp-content/uploads/2015/08/qube-box>. Acesso em: 28 mai. 2016.

¹⁵⁹ “a simple version” (HARBOE, 2009, p.3)

(Josh Elvis Weinstein) para dominar o mundo. O plano consistia em descobrir o quão ruim um filme precisaria ser a ponto de enlouquecer uma pessoa. Para isso, os cientistas mandaram o zelador Joel Robinson (Joel Hogson) para o espaço e o obrigaram a assistir filmes de baixa qualidade na companhia de dois robôs.

Harboe (2009) afirma que a estética visual, representada pela silhueta de Joel e dos robôs, de *Mystery Science Theater 3000* inspirou alguns protótipos de *social TV* que viriam a ser desenvolvidos pelos laboratórios das universidades e empresas estadunidenses no século XXI.



Figura 3: Trecho do episódio de *MST3K* mostra a estética visual destacada por Harboe (2009).

Fonte: Eastern Sierra Forum.¹⁶⁰

A virada do século é considerada por Harboe (2009) e Wohn (2013) um marco nos estudos da *social TV*. A partir dos anos 2000 o fenômeno começa, de fato, a ganhar representatividade no âmbito mercadológico, científico e acadêmico. De acordo com os autores, o lançamento do SMS TV Chat e da AOL TV fizeram com que a *social TV* ganhasse força. Disponibilizado apenas para os países europeus, o SMS TV Chat possibilitava que o público enviasse mensagens, através de seus aparelhos celulares, sobre as atrações que estavam no ar. Conforme descrevem Wohn (2013) e Beyer *et al.* (2007), as emissoras divulgavam um número¹⁶¹ durante a exibição de alguns programas para que os telespectadores pudessem enviar seus comentários. O conteúdo era exibido na interface da programação, funcionando como uma espécie de sala de bate papo.

¹⁶⁰ Disponível em: <http://easternsierraforum.com/viewtopic.php?f=13&t=15920&start=15>. Acesso em: 18 jun. 2016.

¹⁶¹ Segundo Beyer *et al.* (2007), o número para envio de mensagem era o 7755 ou 85555.

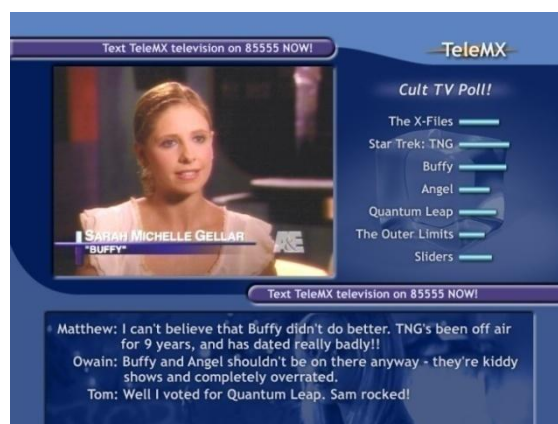


Figura 4: Interface do SMS TV Chat.

Fonte: Mx Telecom.¹⁶²

Beyer (2007, p.214) afirma que o dispositivo repercutiu positivamente entre o público jovem e foi adotado por vários canais. Porém, o SMS TV Chat teve sua produção encerrada em 2001. Como aponta Wohn (2011), o recurso apresentava uma falha na sua interface, o que dificultava a visualização do programa que estava no ar.

Apesar de ter sido falho, o serviço foi muito popular. O problema era que se o volume de mensagens aumentasse o telespectador não conseguia visualizar o conteúdo televisivo, já que a interface do serviço ocupava a mesma tela do programa que estava sendo exibido¹⁶³ (2011, Online).

Lançado pela American Online (AOL) no mesmo período que o SMS TV Chat, o AOLTV permitia que público navegasse na internet, acessasse sua caixa de e-mail e participasse de um bate-papo online pela televisão. No entanto, de acordo com Wohn (2011), as funções eram restritas aos assinantes do serviço, o que limitava a troca de impressões sobre a programação televisiva.

Harboe (2007) pontua que apesar de o SMS TV Chat e a AOLTV terem durado poucos anos, os dispositivos tiveram forte adesão por parte do público. Segundo o autor, a popularidade e as possibilidades técnicas das plataformas acabaram chamando a atenção da comunidade científica e dos laboratórios de tecnologia da época.

¹⁶² Disponível em: <http://www.mxtelecom.com/uk/tv>. Acesso em: 26 jun. 2016.

¹⁶³ The service was hugely popular, although it was flawed in that the messages were displayed in the same interface as the program being broadcast — if the volume of messages went up, it would be difficult to view the actual program.

Desenvolvido em 2001 pelo Departamento¹⁶⁴ de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro, em Portugal, sob a supervisão dos pesquisadores Jorge Ferraz de Abreu, Pedro Alexandre Almeida, Óscar Mealha e Vasco Branco, o sistema 2BeOn¹⁶⁵ materializa a primeira tentativa da comunidade científica em explorar protótipos relacionados à *social TV* (ABREU; ALMEIDA; BRANCO, 2001; ABREU; ALMEIDA; MEALHA; BRANCO, 2001; HARBOE, 2009). Conforme explicam Abreu, Almeida e Branco (2001, p.199), a plataforma permitia a integração, através do compartilhamento de uma mesma base de dados, entre o aparelho televisivo e o computador pessoal. Nesse sentido, o 2BeOn oferecia acesso às salas de bate papo, e-mail, serviços colaborativos, *instant messaging*¹⁶⁶ e também possibilitava que o telespectador informasse ao seu grupo de amigos o programa que estava assistindo no momento.

Nos anos seguintes, vários laboratórios comerciais e acadêmicos lançaram protótipos relacionados à *social TV*, tais como: o Connect TV¹⁶⁷, o Booxe¹⁶⁸, o Joost¹⁶⁹, o Amigo TV¹⁷⁰, a Collabora TV¹⁷¹ e o Motorola social TV¹⁷² (CESAR; GEERTS, 2011). Apesar de apresentarem funções semelhantes¹⁷³ as que futuramente estariam presentes nos aplicativos de segunda tela, nenhum dos protótipos foi desenvolvido em

¹⁶⁴ A equipe de pesquisadores era transdisciplinar e com competências em diversos domínios: engenharia de serviços e de sistemas, *design* de interfaces e comunicação social (ABREU; ALMEIDA; MEALHA; BRANCO, 2001, p.3).

¹⁶⁵ O nome faz referência à frase ‘*To Be Online*’ (ABREU; ALMEIDA; MEALHA; BRANCO, 2001, p.3).

¹⁶⁶ Mensageiro instantâneo (livre tradução da autora).

¹⁶⁷ Lançado em 2007, o Connect TV foi produzido pela TNO. O dispositivo tinha como função principal a recomendação de conteúdos. A partir do serviço os usuários podiam trocar mensagens, compartilhar conteúdo e enviar recomendações aos amigos (NATHAN; HARRISON; YAROSH *et al*, 2008).

¹⁶⁸ Lançado em 2006, o Booxe permitia que os espectadores assistissem juntos, mesmo que fisicamente separados, aos conteúdos televisivos. Segundo Cesar e Geerts (2011), o dispositivo possibilitava o compartilhamento de telas entre dois ou mais televisores.

¹⁶⁹ Lançado em 2006, o Joost é uma aplicação para televisão digital interativa que permite que duas pessoas de localizações distintas assistam simultaneamente o mesmo conteúdo. Além de compartilharem a transmissão, os usuários poderiam avaliar e recomendar a atração (GROSS; PAUL-STUEVE; FETTER, 2001, p. 1015).

¹⁷⁰ Registrado em 2006 pela Alcatel-Lucent, o Amigo TV era uma aplicação que permitia a comunicação, via texto, voz e vídeo, entre os telespectadores sobre um determinado programa (GROSS; PAUL-STUEVE; FETTER, 2001, p. 1016).

¹⁷¹ Desenvolvido em 2008 pela American Telephone and Telegraph (AT&T), o Collabora TV possibilitava a troca de mensagens entre os telespectadores durante a exibição de um programa televisivo (CESAR; GEERTS, 2011).

¹⁷² Segundo Harboe (2007; 2008), o Motorola social TV é um sistema interativo de TV que propiciava o compartilhamento de tela de usuários remotamente localizados e a troca de mensagens de texto. Apesar de nunca ter chegado ao mercado, o protótipo foi testado com vários grupos de telespectadores estadunidenses entre 2007 e 2008 (HARBOE, 2007; 2008).

¹⁷³ Como por exemplo, o *check in* televisivo e a troca de mensagens a partir de aplicativos específicos tais como: TV Tag, Into Now, TV Shotime e Viggie.

escala comercial. De acordo com Montpetit, Klym e Blain (2010), questões relacionadas à usabilidade, as dificuldades técnicas, ao modelo de negócio adotado pelos laboratórios e até questões de ordem jurídica, impediram os projetos de pesquisa de chegarem ao mercado. É importante frisar que apesar de serem citados nos trabalhos que discutem a *social TV* (HARBOE, 2009; CESAR; GEERTS, 2011; MONTPETIT; KLYM; BLAIN, 2010), esses protótipos dialogam diretamente com a televisão interativa (iTV).

Esse aspecto está relacionado com as amplas definições que o fenômeno adquiriu a partir dos anos 2000. Por envolver tanto questões ligadas às ciências exatas quanto as ciências humanas, a *social TV* é conceituada sob distintas perspectivas¹⁷⁴. Na área da engenharia, da matemática e da informática o fenômeno é descrito como: uma categoria emergente de serviços de vídeo interativo que incluem a personalização de dispositivos e a integração de redes sociais (KLYM; MONTPETIT, 2008), uma nova geração de serviços de vídeo que integram modos de comunicação tais como voz, recomendação e avaliação por pares (HARBOE, 2010), uma tecnologia que permite o compartilhamento da experiência televisiva com o objetivo de promover o uso social da televisão e a interação entre os telespectadores (SCHATZ, 2010), um conjunto de serviços e tecnologias que permitem a sociabilização em torno do conteúdo da TV (MONTPETIT, 2012), e por fim o engajamento dos espectadores por meio da integração entre o conteúdo das mídias sociais com a programação televisiva (HILL, 2012).

Na área da comunicação, especificamente no *marketing*, Proulx e Shepatin (2012, p.9) definem a *social TV* como a “[...] convergência entre a televisão e as mídias sociais¹⁷⁵”. Segundo os pesquisadores, o fenômeno é caracterizado pelo uso das redes sociais durante a exibição da grade de programação. Também no âmbito da comunicação, Acierno (2012, p.72) pontua que a *social TV* “É a fruição entre o conteúdo televisivo e a lógica presencial das mídias sociais, em que o público comenta e interage em tempo real com outros usuários através de discussões abertas e fóruns na internet¹⁷⁶”.

Colletti e Materia (2012, p.7-8) afirmam que por ser recente o conceito de *social TV* ainda é turvo, mas que foi convencionado relacionar o fenômeno com as ações e as

¹⁷⁴ A partir de um levantamento bibliográfico que abrangeu tanto as pesquisas estadunidenses quanto as publicações nos anais de congresso e periódicos científicos nacionais. Disponível em: <https://goo.gl/Dzge6m>. Acesso em: 3 ago. 2016.

¹⁷⁵ “[...] convergence of television and social media”.

¹⁷⁶ Questa fruizione di contenuti televisivi, secondo logiche prese dai social media, durante la quale il pubblico commenta, interagisce in tempo reale con altri utenti web, apre discussioni e forum [...].

interações realizadas pelos telespectadores nas redes sociais a partir da grade de programação. Nessa perspectiva, a *social TV* está vinculada à repercussão e à ressignificação feitas pelo público nas redes sociais e nos aplicativos de segunda tela durante a exibição dos conteúdos televisivos. O diálogo entre a TV e os dispositivos móveis também pauta a definição de Johns (2012), que descreve o fenômeno como a visualização de duas telas com o uso de redes sociais para criar um canal comunicacional de fundo em tempo real entre os telespectadores. Já Wolk (2015, p.43-59) opta por não diferenciar a *social TV* da segunda tela. Segundo o autor, ambos os fenômenos se referem “[...] a capacidade de usar um dispositivo secundário para comentar e interagir com o conteúdo da tela principal [...]”¹⁷⁷.

A partir dessas definições, podemos observar que apesar de serem conceituadas sob distintas perspectivas e enquadramentos, as reflexões sobre a *social TV* apresentam, de certa forma, uma coerência discursiva. No âmbito da engenharia, da matemática e da informática a abordagem é focada na integração das plataformas. Como por exemplo, as redes sociais, os aplicativos de segunda tela e os dispositivos em geral. Já na área da comunicação o argumento é norteado pela sociabilização e conversação entre os telespectadores. Nesse sentido, o conceito adotado neste trabalho é pautado no ponto de interseção desses dois conjuntos:

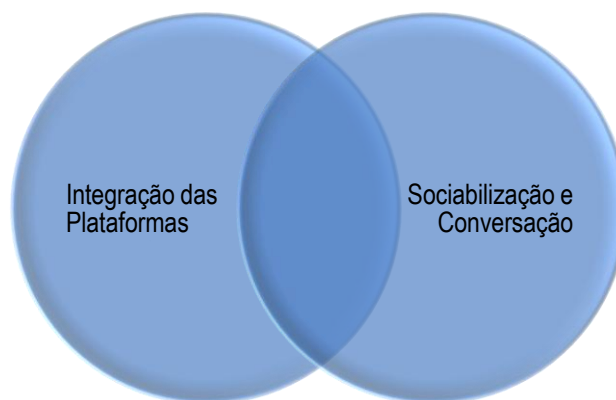


Figura 5: O conjunto ‘Integração das Plataformas’ representa a abordagem das ciências exatas e o conjunto ‘Sociabilização e Conversação’ representa a abordagem das ciências humanas.

Tendo como aporte teórico as discussões de Proulx e Shepatin (2012), neste trabalho compreendemos a *social TV* como o compartilhamento de conteúdos

¹⁷⁷ “Despite this, the ability to use a secondary device to either comment on or interact with something happening on the main screen, known as either [...]”.

(comentários, memes, vídeos, montagens, fotos, etc.) feito através das redes sociais (Twitter, Facebook, Snapchat, etc.) e dos aplicativos de segunda tela (TvShow Time, TV Tag, Viggie, etc.) de maneira síncrona ao fluxo televisivo. Porém, antes de discutirmos as características do fenômeno e como elas propiciam uma nova experiência televisiva é importante refletirmos sobre a segunda tela. Apesar de estarem inextricavelmente relacionados, no nosso entender a *social TV* e a segunda tela são conceitos e fenômenos distintos.

3.2 SEGUNDA TELA: A RECONFIGURAÇÃO DA EXPERIÊNCIA TELEVISIVA

Em 2011 a Nielsen (2011a; 2011b) divulgou uma pesquisa que chamava a atenção para um aspecto: uma nova tela integrava a experiência televisiva do público estadunidense. Segundo o relatório da empresa (2011a; 2011b), 60% dos telespectadores navegavam na internet, por meio de seus notebooks, enquanto assistiam TV. O estudo também indicava que 70% dos proprietários de iPad usavam o tablet em frente ao aparelho televisivo.

Esse novo hábito do público marca o início da segunda tela, de acordo com Proulx e Shepatin (2012, p. 85), Acierno (2012, p.79) e Finger e Souza (2012, p.384) o fenômeno se refere à interação paralela e sincronizada com a experiência televisiva feita através de dispositivos móveis (laptops, notebooks, smartphones e tablets). Isto é, enquanto o telespectador assiste a primeira tela, que na maioria das vezes é a televisão¹⁷⁸, ele interage simultaneamente com uma tela adicional. Nesse contexto, antes de aprofundarmos as discussões sobre a segunda tela, é importante ressaltar o termo telespectador interagente. De acordo com Primo (2003, 2007), o conceito de interagente se refere ao participante da interação, aquele que age com outro. O autor (2003, p.8) afirma que a palavra emana a idéia de interação, isto é, a ação e/ou relação que acontece entre os participantes. A partir desse escopo teórico o termo telespectador interagente é usado, neste trabalho, para designar o público que interage (propaga, retuíta, posta conteúdo, responde às enquetes, etc.) em um dispositivo móvel de maneira síncrona à exibição do fluxo televisivo.

Na segunda tela o telespectador interagente pode acessar conteúdos complementares (vídeos, fotos, textos, histórias em quadrinho, etc.), se informar sobre o

¹⁷⁸ Considerando que o conteúdo televisivo por ser assistido através de outros dispositivos, como por exemplo, o smartphone, o tablet e o computador.

programa que está no ar (consultar a sinopse do episódio, o mote da temporada, conferir os trabalhos anteriores do elenco e da equipe técnica, etc.), navegar nos aplicativos de segunda tela (*check-in* televisivo e *second screen co-viewing*), e compartilhar conteúdos nas redes sociais e nos ambientes colaborativos das aplicações. Nessa perspectiva, a *social TV* é uma das formas de atuação da segunda tela.



Figura 6: Cada um dos conjuntos acima representa uma forma de atuação da segunda tela. A *social TV*, conjunto em destaque, indica o compartilhamento de conteúdos através das redes sociais e aplicativos de segunda tela de maneira síncrona a exibição da grade de programação.

Proulx e Shepatin (2012) afirmam que apesar de ser um fenômeno recente e ainda em desenvolvimento, a segunda tela já foi incorporada pelo público durante a experiência televisiva. Essa rápida adesão por parte dos telespectadores interagentes é reflexo da relação simbiótica que o sujeito contemporâneo tem com os dispositivos móveis. Atualmente, 56% da população mundial tem um smartphone e se conecta a internet cerca de 2 horas e 25 minutos por dia (EMARKETER, 2014). Além da imbricação dessas plataformas no cotidiano, elas possuem uma arquitetura operacional¹⁷⁹ que contribui diretamente para o desenvolvimento de aplicativos e na maneira como o público interage com a segunda tela. Conforme ressaltam Proulx e Shepatin (2012, p.85), “A acessibilidade e a interoperabilidade dos dispositivos móveis abriu uma gama de possibilidades para o ambiente televisivo¹⁸⁰”.

Diante desse novo hábito dos telespectadores, as empresas de tecnologia e os canais começaram a elaborar estratégias para capitalizar o fenômeno. Atualmente,

¹⁷⁹ Neste trabalho entendemos arquitetura operacional como a forma de funcionamento (sistema operacional, interface e configuração) e de acessibilidade (modo de interação intuitiva, desenvolvimento e disponibilidade de aplicações) de um dispositivo e/ou plataforma.

¹⁸⁰ The accessibility and interoperability of mobile has opened up a whole new range of companion television possibilities.

existem no mercado¹⁸¹ cerca de 42 plataformas direcionadas para o âmbito televisivo e as principais¹⁸² emissoras estadunidenses possuem pelo menos um aplicativo de segunda tela. De acordo com Chuck Parker, *chairman* da Second Screen Society¹⁸³, até o fim de 2016 a receita de publicidade dentro desses ambientes alcançará a marca de US\$ 10 bilhões nos Estados Unidos (ARNAUT, 2014, p.70).

A estrutura dos aplicativos de segunda tela direcionados para a experiência televisiva é composta basicamente por duas funções: o compartilhamento de mensagens e o acesso a conteúdos complementares. Conforme já discutimos em outros trabalhos (SIGILIANO, 2015; COSTA; SIGILIANO, 2015; SIGILIANO; BORGES, 2015), os recursos são usados em distintos formatos como, por exemplo, narrativas ficcionais seriadas, *reality shows*, eventos esportivos, *talk shows*, premiações e coberturas jornalísticas. Porém, independente da segmentação, os aplicativos têm como ponto fundamental o estímulo à interação simultânea à exibição de determinado programa, incentivando o *appointment television*¹⁸⁴.

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 quisesse o telespectador se desprendia da grade de programação. Na contemporaneidade, com a popularização dos serviços de conteúdo *on demand*, dos dispositivos de busca e da segmentação dos canais, a fragmentação do público é ainda maior. Com o intuito de estimular o telespectador 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 público 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 mercado¹⁸⁵ estadunidense é a presença do que Primo (2007) conceitua como multi-interação. A partir das ações do interagente o autor classifica dois tipos de interação: a mútua e a reativa. De acordo Primo (2007, p.57) a interação mútua é “[...] caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente

¹⁸¹ Ver Dumenco (2013) e Khattou (2014)

¹⁸² Se refere aos canais abertos Fox, ABC, CBS, NBC e CW, e aos segmentados HBO, Showtime, ABC Family e AMC.

¹⁸³ Associação que incentiva a criação, produção, distribuição e adoção de conteúdos e aplicativos para o engajamento da audiência no ambiente da segunda tela.

¹⁸⁴ TV com hora marcada, horário original de exibição de um programa televisivo.

¹⁸⁵ Se refere aos aplicativos de segunda tela disponíveis no iTunes e Google Play.

participa da construção inventiva e cooperada do relacionamento”. Essa categorização pode ser observada nos *chats*, nas redes sociais, na troca de e-mails e em 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.

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, responder enquetes e navegar pelas seções, a interação se limita a um *input*¹⁸⁶ programado. Já quando o interagente acessa os espaços de troca de mensagens (bate papo, *live chats*, redes sociais, etc.¹⁸⁷) 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 nos espaços colaborativos, a interação se torna mútua. Essas diferentes intensidades de interação pelas quais o telespectador percorre trazem maior dinamicidade aos aplicativos.

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*. 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 permitirem que o telespectador interagente informe o programa que está assistindo naquele momento. 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.

3.2.1 O *check in* televisivo

Inspirados na arquitetura informacional do Foursquare, os aplicativos de *check-in* televisivo materializam, em parte, as tentativas dos protótipos Connect TV, Joost e Motorola social TV ao possibilitarem que os telespectadores interagentes compartilhem, avaliem e recomendem o programa que estão assistindo no momento.

¹⁸⁶ Entrada, ação de produção. Ver Primo (2000).

¹⁸⁷ 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.

Além de estimularem o *appointment television*, as plataformas são pautadas na grade de programação e resgatam a ritualidade em torno da TV. Segundo Proulx e Shepatin (2012) a introdução do segmento dinamizou a experiência televisiva contemporânea.

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 compartilhado com os amigos na rede. O *check in* televisivo está transformando a solidão da sala de estar em uma experiência dinâmica e divertida¹⁸⁸ (PROULX, SHEPATIN, 2012, p. 60).

Criado em 2008 por Dennis Crowley e Naveen Selvadurai, o Foursquare é uma rede geossocial¹⁸⁹ e de *microblogging* que permite que o usuário compartilhe sua localização geográfica (*check in*) com seus seguidores por meio do sistema de GPS¹⁹⁰ de seu dispositivo móvel (CRAMER; ROST; HOLMQUIST, 2011, p.59). Além do *check in*, a plataforma também disponibiliza informações gerais, resenhas e avaliações dos estabelecimentos comerciais. Com o intuito de fidelizar os clientes, algumas lojas oferecem, em parceria com o aplicativo, descontos e promoções exclusivas para os usuários que compartilharem sua localização com os amigos. Dentro da plataforma também são distribuídos emblemas (*badges*) e condecorações virtuais.

Porém, enquanto o Foursquare indica o posicionamento geográfico do usuário, a partir do GPS, as plataformas de *check in* televisivo informam o programa que está no ar naquele momento. O telespectador interagente seleciona a atração que está assistindo e compartilha com os amigos. Em outras palavras, o *check in* não é norteado pela localização, mas pela grade de programação.

Fundado em 2007 e lançado em outubro de 2008 pela empresa estadunidense Adaptive Blue, o Get Glue¹⁹¹ (TV Tag¹⁹²) foi o primeiro aplicativo de *check in* televisivo (PROULX; SHEPATIN, 2012; ACIERNO, 2012). A plataforma é uma rede temática, ou seja, é segmentada e se utiliza de outras redes sociais (Facebook, Twitter e Tumblr) para potencializar as interações geradas em seu sistema (BOLSONI, 2010).

¹⁸⁸ 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 experience.

¹⁸⁹ Plataformas que apresentam funcionalidades relacionadas com a georeferenciação. Ver Cramer; Rost; Holmquist (2011).

¹⁹⁰ Sigla para global positioning system.

¹⁹¹ Disponível em: <http://tvtag.com/>. Acesso em: 11 ago. 2016.

¹⁹² Em janeiro de 2014 o aplicativo passou a se chamar TV Tag. Segundo o fundador da plataforma, Brad Pelo o motivo da mudança seria para unificar todos os parceiros da empresa Direct TV, Nitendo, etc. Ver Dumenco (2014). Neste trabalho optamos por ainda chama-lo de GetGlue, pois a atualização da plataforma não foi totalmente concluída.

Inicialmente, o Get Glue era uma espécie de catálogo cultural virtual com informações sobre TV, cinema, literatura e música estadunidense. Sua função básica era oferecer ao usuário o horário de exibição, a sinopse, a ficha técnica e as informações gerais sobre as obras e atrações. Disponível apenas em modo *desktop*, a plataforma também criava a partir das escolhas dos interagentes uma lista de sugestões. Pautada na web semântica¹⁹³, as indicações eram personalizadas e atualizadas instantaneamente.

Em 2010, o Get Glue lançou sua primeira versão móvel voltada especificamente para smartphones e tablets. O aplicativo foi disponibilizado para o iPhone em junho e após três meses para o iPad. Além de uma nova arquitetura operacional, o aplicativo introduzia uma ferramenta inédita no âmbito televisivo: o *check in*.

A partir do acesso à grade de programação dos canais estadunidenses abertos e pagos, o telespectador interagente selecionava a atração que estava assistindo no momento, clicava em ‘*check in*’ e compartilhava automaticamente a informação em seu perfil no aplicativo e nas demais redes sociais delimitadas por ele. A mensagem publicada¹⁹⁴ indicava o título do programa juntamente com o link do perfil do mesmo na plataforma. Com o intuito de estimular o *appointment television* e recompensar o público que optou por assistir à atração em questão no seu horário original de exibição, o aplicativo distribuía adesivos exclusivos. As etiquetas eram temáticas, ou seja, faziam alusão ao programa que estava no ar e só eram desbloqueadas durante a sua exibição. Nesse sentido, o público poderia até realizar o *check in* depois do encerramento da atração, mas perderia o item. Ao atingir a marca de 30 adesivos, o telespectador interagente solicitava a entrega gratuita das unidades em sua casa. Porém, com a popularização do Get Glue a distribuição das etiquetas físicas ficou inviável, obrigando a plataforma a encerrar a distribuição em 2013 e adotar adesivos virtuais.

Além de estimular o *appointment television*, o aplicativo também ajudava na propagação dos universos ficcionais das séries estadunidenses. Em parceria com os canais 20th Century Fox, AMC, ABC Family, Disney Theatrical, Discovery, ESPN, Fox, Food Network, Hachette, HBO, HGTV, MTV, MSNBC, Showtime, Penguin, PBS, Random House, Simon and Schuster, Syfy, Sony Pictures, Travel Channel, USA Network, Universal Pictures e Warner Bros. Theatrical o Get Glue desenvolveu

¹⁹³ Segundo Souza e Alvarenga (2004) a web semântica é uma extensão da World Wide Web atual. “Nela a informação é dada com um significado bem definido, permitindo melhor interação entre os computadores e as pessoas” (2004, p.133).

¹⁹⁴ Como por exemplo, *I'm watching #FallonTonight on #tvtag* <http://tvt.ag/1oqrKcD>.

adesivos comemorativos e específicos para os episódios. As imagens estampadas nas etiquetas exploravam o *plot* da semana e/ou enigmas da temporada.



Figura 7: Os adesivos da série *True Blood* ressaltam expressões usadas pelos personagens da trama.

Fonte: Vampires¹⁹⁵ (2010).

O aplicativo também firmou parcerias com gravadoras, eventos (Comic Con), premiações (Oscar, Globo de Ouro, etc.) e até séries produzidas pelos serviços de conteúdo *on demand*, como a *House of Cards* (Netflix, 2013- atual), lançaram adesivos virtuais sobre as temáticas.

Segundo Proulx e Shepatin (2012), desde o momento em que o usuário realizava o cadastro inicial no Get Glue o sistema o incentivava a sincronizar a plataforma com o Twitter, o Facebook e o Tumblr. Dessa forma, ao fazer o *check in* a informação era compartilhada não só com outros membros do aplicativo, mas com o círculo de amigos nas redes sociais. Esse emparelhamento contribuía para a propagação do conteúdo e influenciava outros telespectadores interagentes a assistirem ao programa que estava no ar. Como apontam os autores (2012, p.63), “Tudo isso leva à descoberta de novos conteúdos e aumenta a probabilidade de diálogo entre o conteúdo televisivo e as impressões geradas pelo público através do *check in*”¹⁹⁶.

Outro ponto importante na arquitetura operacional do Get Glue é a gamificação. O fenômeno “[...] 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). Essa apropriação de alguns elementos inerentes aos

¹⁹⁵ Disponível em: <http://www.vampires.com/getglue-offering-true-blood-stickers/>. Acesso em: 12 ago. 2016.

¹⁹⁶ All of this leads to new content discovery and increased probability for TV tune-in as social impressions are constantly being generated with each and every check-in.

vídeo jogos se materializa no aplicativo através da distribuição de recompensas e da criação de *rankings*. Ao realizar o *check in* durante a exibição de um programa o telespectador interagente desbloqueava medalhas¹⁹⁷ virtuais. As condecorações abrangiam desde títulos como “*Super Fan*”, desbloqueados após cinco *check ins* consecutivos da mesma série, até medalhas comemorativas referentes aos episódios, personagens e *plots*. O uso da gamificação no Get Glue não só fideliza o público, como também estimula a disputa entre os usuários.

Em janeiro de 2015, o Get Glue anunciou o encerramento provisório dos seus serviços. De acordo com o comunicado enviado aos usuários em dezembro de 2014, a plataforma passaria por uma atualização e retornaria com novas funções (FLOMENBAUM, 2014). Além de influenciar diretamente os aplicativos de *check in* televisivo que foram lançados posteriormente, a plataforma foi responsável pelo engendramento de um novo elemento na experiência televisiva contemporânea. Ao longo de sua existência, o Get Glue atingiu a marca de 11 milhões de *check ins* totalizando cerca de 1 milhão de usuários ativos¹⁹⁸ (COWORKERS, 2011). Exibida pelo canal pago estadunidense AMC, a série *The Walking Dead* (2010-Atual) conquistou o posto de recordista do aplicativo ao gerar 160.942 mil *check ins* durante a exibição de *Seed*, episódio de estreia da terceira temporada (LOST REMOTE, 2012).

Após passar por uma reconfiguração, o Get Glue deu lugar ao Telfie¹⁹⁹. Lançado em julho deste ano, o aplicativo apresenta uma arquitetura operacional semelhante ao seu antecessor. O ponto central da nova plataforma é a retomada do envio dos adesivos físicos. Porém, desta vez, o usuário deve pagar uma taxa²⁰⁰ mínima de US\$ 17,72 para receber as etiquetas em casa.

De acordo com Proulx e Shepatin (2012) e Acierno (2012) o segmento dos aplicativos de *check in* televisivo buscam antecipar e unificar as informações que os telespectadores interagentes pesquisam na internet enquanto estão assistindo um programa. Isto é, as plataformas reúnem questões como, por exemplo, sinopse, trabalhos anteriores do elenco, vídeos promocionais dos próximos episódios, detalhes sobre os arcos narrativos da temporada, e etc. Dessa forma, ao invés de o público ter

¹⁹⁷ *Badges* em inglês.

¹⁹⁸ Que acessam a plataforma no mínimo uma vez por semana.

¹⁹⁹ Disponível em: <http://tvtag.com/telfie-checkin-app>. Acesso em: 12 ago. 2016.

²⁰⁰ As taxas variam de US\$ 17,72 a US\$ 141,98. O valor muda de acordo com os créditos acumulados pelo usuário ao baixar aplicativos e assistir aos vídeos indicados pelo Telfie.

que procurar por cada uma das informações separadamente, basta acessar os aplicativos de *check in* televisivo.

Lançado em março de 2010, o aplicativo Miso²⁰¹ possui um perfil individual para cada atração que compõe a grade de programação estadunidense. Ao realizar o *check in*, o telespectador interagente pode acessar a página do programa com a sinopse do episódio e da temporada que está no ar, a biografia e filmografia do elenco e da equipe técnica, e os vídeos e fotos promocionais.

A plataforma também permite que o público envie resenhas e avalie os episódios dos programas. Acierno (2012) ressalta que esse ambiente colaborativo foi um dos grandes diferenciais do Miso. Após fazer o *check in*, o telespectador interagente podia trocar mensagens com outros membros do aplicativo, postar comentários, participar de enquetes e enviar fotos e montagens de suas cenas preferidas. Nesse sentido, o Miso propiciava o diálogo entre o público, trazendo dinamicidade à experiência televisiva.

Assim como no Get Glue, a gamificação também integrava a arquitetura informacional do Miso. A partir da distribuição de emblemas e medalhas, a plataforma incentiva os usuários a disputarem o posto de *TV Lover*, *TV Fan*, *TV Newbie*, entre outros, criando uma competição interna. Em 2011, o aplicativo realizou uma ação até então inédita no âmbito da segunda tela. Durante a exibição do sétimo episódio da quinta temporada de *Dexter*, o assinante da DirecTV que fizesse o *check in* no Miso desbloquearia um conteúdo exclusivo²⁰² da série do canal pago Showtime (CHEREDAR, 2011). A sincronização acontecia entre *set-top-box* da TV e o dispositivo móvel, posteriormente a mesma ação foi realizada com operadora AT&T Uverse.

Apesar de contar com 300 mil usuários ativos, o Miso foi vendido para a Digt em 2013 (ROETTIGERS, 2014). A empresa manteve o aplicativo de *check in* televisivo por um ano, até que a plataforma foi comprada e desativada pela Viggie no ano seguinte.

Por se tratar de um fenômeno em pleno desenvolvimento, é interessante observar como os aplicativos se hibridizam e aglutinam características uns dos outros. Mesmo tendo propósitos distintos, o Get Glue e o Miso apresentam sistemas operacionais semelhantes e tem como ponto chave o estímulo ao *appointment television*. Isto é, enquanto o primeiro focava em recompensar o telespectador interagente através da

²⁰¹ Disponível para iPhone, iPad, Android e Windows Phone. Disponível em: gomiso.com. Acesso em: 13 ago. 2016.

²⁰² Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=iQpCDc_6SgI. Acesso em: 13 ago. 2016.

distribuição de adesivos, o Miso explorava a conversação entre o público. Seja avaliando um conteúdo, enviando uma resenha ou postando um rápido comentário a plataforma engendrava comunidades momentâneas em torno dos programas que estavam no ar.

Criado originalmente para identificar músicas, o Shazam²⁰³ teve um papel fundamental na elaboração do Into Now²⁰⁴ e, posteriormente, no desenvolvimento dos aplicativos de *second screen co-viewing*. Disponível²⁰⁵ para *smartphones* e *tablets* desde 1999, a plataforma usa o microfone dos dispositivos móveis para capturar o áudio e identificar, a partir de seu banco de dados, o nome do (a) intérprete, o título da canção e o álbum a qual pertence.

Apesar de ser voltado para a indústria fonográfica, em fevereiro de 2010 o Shazam expandiu seus recursos para o âmbito televisivo (MALYKHINA, 2010). Ao acionar o aplicativo durante a exibição do comercial da Dockers, vinculado no intervalo do Super Bowl XLIV, o telespectador interagente era direcionado para um site exclusivo²⁰⁶. Além de assistir a uma versão estendida da propaganda, o público ganhava brindes e descontos da marca de roupas.

Devido ao sucesso da campanha, que ficou entre os três áudios mais solicitados do fim de semana²⁰⁷, o Shazam firmou uma parceria com o canal pago estadunidense SyFy. A campanha abrangia toda a quarta temporada da série *Being Human* (2004-2011) e oferecia ao público acesso a conteúdos complementares (cenas estendidas e entrevistas), a vídeos promocionais dos próximos episódios e a trilha sonora (SHAZAM, 2011). À medida que as cenas iam ao ar, o ícone do aplicativo aparecia na tela da televisão instruindo o público a ativar o aplicativo.

De acordo com o vice-presidente executivo do Shazam, Jonathan Symons, um dos propósitos da estratégia era que a plataforma funcionasse como uma ponte entre o aparelho televisivo e a segunda tela, criando uma experiência unificada (SHAZAM, 2011). O recurso também foi usado pelo SyFy durante a *season finale* de *Warehouse 13* (2009-2014) e *Eureka* (2006-2012). Com um investimento base de US\$ 32 milhões, ações semelhantes, porém pontuais, foram adotadas posteriormente pelos canais USA Network, HBO e Bravo.

²⁰³ Disponível em: <http://www.shazam.com/>. Acesso em: 14 ago. 2016.

²⁰⁴ Disponível em: <https://www.intonow.com/>Acesso em: 14 ago. 2016.

²⁰⁵ iOS, Android e Windows Phone.

²⁰⁶ Disponível em: http://www.internationalist-awards.com/inter-media-2010/awards_img/OMD_DOCKERS_SHAZAMIT_CaseImage.jpg/. Acesso em: 14 ago. 2016.

²⁰⁷ Se refere aos dias 5,6 e 7 de fevereiro.

Norteadado pela arquitetura operacional do Shazam, o aplicativo Into Now, lançado em 2011, possibilitava que o telespectador interagente realizasse o *check in* televisivo através do áudio da TV. Ou seja, se no Get Glue e no Miso o público tinha que selecionar manualmente o programa que estava assistindo, no aplicativo bastava ele aproximar o microfone do dispositivo móvel do alto falante da televisão. De acordo com Grove (2011), além do *check in*, o usuário também podia avaliar e recomendar as atrações.

Com o objetivo de estimular o *appointment television*, o canal estadunidense Lifetime desenvolveu uma ação em parceria com o Into Now. Ao realizar o *check in* durante os episódios da nona temporada de *Project Runway* (2004- atual) o telespectador interagente desbloqueava conteúdos complementares do *reality show*. Os vídeos mostravam os bastidores e antecipavam algumas provas da competição. Mesmo atingindo a marca de 500 mil usuários ativos, o Into Now acabou sendo desativado em 2014 (LAWLER, 2014). Segundo o criador da plataforma, Adam Cahan, o custo para manter o banco de dados que ajudava na identificação instantânea dos áudios era muito alto perto do retorno gerado pelos usuários e patrocinadores (LAWLER, 2014).

Atualmente, o mercado dos aplicativos de *check in* televisivo tem como grande expoente o TVShow Time²⁰⁸. Lançada em 2011, a plataforma, que reúne cerca de 1 milhão de usuários, está disponível no modo *desktop* e para os sistemas operacionais iOS, Android e Windows Phone (TVSHOW TIME, 2016). No aplicativo é possível fazer *check in* das atrações que compõem a grade de programação estadunidense, seguir amigos, enviar avaliações, postar comentários e acessar informações gerais sobre as narrativas ficcionais e os *realities shows*.

No segundo semestre de 2016, o aplicativo adicionou a função *anti-spoiler*. O recurso bloqueia automaticamente as informações postadas na *timeline*²⁰⁹ do Facebook e do Twitter referentes aos episódios que o telespectador interagente ainda não assistiu. Para ativar o *anti-spoiler* é preciso sincronizar as redes sociais com o aplicativo e a partir da listagem das atrações que o usuário acompanha a plataforma vai bloqueando automaticamente os conteúdos relacionados.

O retrospecto dos aplicativos de *check in* televisivo materializa questões fundamentais nas discussões sobre a segunda tela. De acordo com Proulx e Shepatin (2012), as plataformas chamam a atenção para a necessidade do telespectador

²⁰⁸ Disponível em: <https://www.tvshowtime.com/>. Acesso em: 15 ago. 2016.

²⁰⁹ Linha do tempo.

interagente de compartilhar o que está assistindo no momento. Isto é, além de comentar, repercutir e avaliar o programa, o público precisa divulgar para seu círculo de amigos o que está fazendo naquele instante.

Outro ponto importante e que dialoga com os primeiros protótipos que foram desenvolvidos pelos laboratórios, é que apesar de apresentarem sistemas operacionais coerentes que vão ao encontro do que se propõem. Ou seja, as plataformas cumprem suas funções e chamam a atenção do público e do mercado num primeiro momento. Grande parte dos aplicativos de *check in* televisivo foi desativada, o telespectador acessava a plataforma, compartilhava o que estava assistindo com os amigos, mas comentava a trama nas redes sociais.

Nesse sentido, por ter um taxa de rejeição²¹⁰ muito alta, os aplicativos não geravam receita. Ao invés de repercutir o programa entre os membros das plataformas, o público optava por publicar em outros ambientes. Como discutiremos nos tópicos seguintes, a arquitetura informacional das plataformas infere diretamente nas possibilidades participativas e colaborativas do fenômeno da segunda tela.

3.2.2 *Second screen co-viewing*: a ampliação dos universos ficcionais

Distribuídos pelas próprias emissoras, os aplicativos de *second screen co-viewing* fazem com que o conteúdo televisivo e a segunda tela constituam um único ambiente. Segundo Proulx e Shepatin (2012), a segmentação propicia o aprofundamento e a expansão do programa que está no ar. Neste formato, as interações da segunda tela são sincronizadas com o conteúdo exibido pela televisão através da tecnologia *time sync* ou por intervenções geradas automaticamente pelo sistema.

Inspirada na técnica²¹¹ usada no Shazam e no Into Now, o *time sync* reconhece o áudio da atração que está sendo transmitida pelo aparelho de TV e lança módulos interativos no dispositivo móvel correspondentes com a programação. De acordo com Jones (2013), o diálogo entre as plataformas se dá através do *audio watermarking* (detecção de marca d'água de áudio). O autor pontua que a incorporação de informações no áudio da transmissão faz com que as intervenções na segunda tela tenham mais precisão no tempo de reconhecimento. Já o segundo modo de sincronização dos

²¹⁰ Refere-se ao percentual de usuários que abriu o aplicativo, visualizou ou acessou apenas uma página/função e finalizou a sessão.

²¹¹ A técnica usada nesses aplicativos é a *fingerprints*, que consiste em tomar uma assinatura da faixa de áudio dos conteúdos de vídeo transmitidos e armazená-los em um banco de dados (JONES, 2013).

aplicativos de *second screen co-viewing* é gerado de forma independente, ou seja, os conteúdos são pré programados e enviados automaticamente ao telespectador interagente enquanto a atração está no ar.

Por ser norteado pela exibição dos programas, este formato de aplicativo 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 serviços 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 sujeito, é a partir do clique, do acesso, da navegação que os conteúdos são exibidos.

Nos aplicativos de *second screen co-viewing* observamos o encontro dessas duas formas de distribuição de conteúdo. Mesmo tendo suas funções desencadeadas²¹² 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”.

Proulx e Shepatin (2012, p. 81-109) estabelecem três subcategorias para os aplicativos de *second screen co-viewing*. A primeira se refere às plataformas direcionadas para um programa em específico (narrativa ficcional seriada, *reality show* e telejornal²¹³). Nesse contexto, o aplicativo pode expandir e/ou aprofundar alguns episódios da atração ou abranger toda a temporada.

Lançado em 2010 pelo canal estadunidense ABC, o *My Generation Sync*²¹⁴ foi o primeiro aplicativo *second screen co-viewing* (PROULX; SHEPATIN, 2012). Criado para a temporada de estreia de *My Generation* (2010), a plataforma oferecia ao

²¹² Abrir o aplicativo, realizar o *login*, selecionar o programa, etc.

²¹³ É importante frisar esta sub categoria dos aplicativos *second screen co-viewing* que são direcionados para um programa em específico também estão presentes em outros formados televisivos, como os realities shows e os telejornais estadunidenses (SIGILIANO; BORGES, 2015; COSTA;SIGILIANO,2015). Entretanto, neste trabalho optamos por focar no âmbito das narrativas ficcionais seriadas estadunidenses.

²¹⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZY6oJR38OoI>. Acesso em: 16 ago. 2016.

telespectador interagente enquetes, cenas extras, curiosidades sobre a trama e acesso às redes sociais (Facebook e Twitter). Conforme descreve a jornalista Kunur Patel o emparelhamento entre a segunda tela e o aparelho televisivo se dava através da tecnologia *time sync*.

Abri o aplicativo quando os créditos da abertura estavam começando, por causa da lentidão da minha internet a conexão demorou um pouco, porém o aplicativo surpreendentemente ‘ouve’ o som do programa e ficou imediatamente em sintonia com o que estava acontecendo na tela²¹⁵ (PATEL, 2010, Online).

Por se tratar de uma série estreante na grade do canal, os conteúdos gerados na segunda tela tinham o objetivo de contextualizar o público. “Toda vez que um dos personagens aparecia em cena era possível acessar a sua biografia e lembrar exatamente quem ele ou ela era²¹⁶” (2010, Online) descreve Patel.

Proulx e Shepatin (2012, p. 92) ressaltam a importância da logística adotada pelo *My Generation Sync*. Além de os conteúdos gerados na segunda tela serem curtos, eles apareciam em momentos estratégicos da história. Desta forma, o telespectador interagente não precisava dividir a sua atenção entre o aparelho televisivo e o dispositivo móvel. Os autores ainda destacam que tanto os vídeos (cenas extras) quanto os textos (biografias e curiosidades) gerados durante os episódios poderiam ser acessados posteriormente. O formato do conteúdo (vídeo, imagem, áudio, etc.), a sua duração e o momento em que este aparece na segunda tela influi diretamente na experiência televisiva.

Em decorrência de sua baixa audiência, *My Generation* acabou sendo cancelada pela ABC. Porém, o canal aproveitou a arquitetura operacional do *My Generation Sync* e criou uma plataforma semelhante para a série *Grey’s Anatomy*. O aplicativo *Grey’s Anatomy Sync*²¹⁷ foi disponibilizado a partir do décimo terceiro episódio da sétima temporada, intitulado *Don’t Deceive Me (Please Don’t Go)*²¹⁸.

Segundo Zax (2011), ao sincronizar²¹⁹ o dispositivo móvel com o áudio da TV o público tinha acesso ao *making off*, curiosidades sobre a produção, biografia dos personagens, vídeos extras, galeria de fotos e enquetes. Também era possível realizar

²¹⁵ Launched the app when opening credits were under way and, while it took a couple tries because of bad internet connectivity, the app amazingly “heard” the show and got immediately in step with what was happening on screen.

²¹⁶ Every time one of the numerous characters showed up in a scene, a headshot and bio appeared in the stream to remind me who exactly he or she was.

²¹⁷ Disponível em: <https://itunes.apple.com/us/app/abcs-greys-anatomy-sync/id414921320?mt=8>. Acesso em: 16 ago. 2016.

²¹⁸ Exibido no dia 3 fevereiro de 2011.

²¹⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zqbXBcUbmYw>. Acesso em: 16 ago. 2016.

um *check in* fictício no hospital Seattle Grace²²⁰ e compartilhá-lo nas redes sociais. A ação se estendeu até a exibição da *season finale* da trama, que foi a ar nos Estados Unidos no dia 19 de maio de 2011.

Proulx e Shepatin (2012) pontuam que apesar de terem custos elevados no desenvolvimento e na manutenção, os aplicativos de *second screen co-viewing* direcionados para um programa específico oferecem uma gama de possibilidades na produção de conteúdos na segunda tela. Mesmo não sendo fundamentais para a compreensão de seus respectivos universos ficcionais, os aplicativos de *My Generation* e *Grey's Anatomy* enriqueceram a experiência televisiva do público.

Ao acompanhar na segunda tela as curiosidades, detalhes da produção dos episódios e o trabalho por trás de cada uma das cenas que está no ar, o telespectador interagente passa a ter uma nova perspectiva da atração. Como defende Jenkins (1992, p.81), ao conhecer as informações dos bastidores o espectador tem a opção de assistir as cenas com a suspensão da descrença²²¹ ou com respeito renovado pela perícia e competência técnica que tornava a cena crível.

Lançado na mesma semana do *Grey's Anatomy Sync*, o *Bones Sync*²²² aprofundava os principais arcos narrativos dos episódios da sexta temporada de *Bones* (2005-atual). Os conteúdos disponíveis no aplicativo eram direcionados e produzidos especificamente para a segunda tela, e ajudavam o telespectador a compreender a trama. Como relatam Lawler (2011) e Bergman (2011), a plataforma era composta por cinco seções: *translator*, *angelatron*, *Sweet's final thoughts*, *Royal Diner jukebox* e *social media*.

Todos os termos científicos usados pela antropóloga forense, Temperance Brennan (Emily Deschanel), eram explicados para o telespectador interagente na segunda tela. Desta forma, caso o público tivesse dúvidas em relação às contextualizações técnicas da personagem era só consultar a seção *translator*. O *Bones Sync* também reunia as pistas e provas relacionadas ao crime explorado no episódio, a seção *angelatron* era automaticamente atualizada à medida que a equipe do Jeffersonian Institution avançava na investigação.

²²⁰ Que a partir da nona temporada passou a se chamar Grey Sloan Memorial Hospital.

²²¹ Conforme discute Fragoso (2000, p.106-111), a suspensão de descrença se refere à vontade do telespectador de aceitar como verdadeiras as premissas de uma obra de ficção, mesmo que ela seja fundamentada com elementos fantásticos, impossíveis e contraditórios.

²²² Disponível em: <http://itunes.apple.com/us/app/bones/id418050849?mt=8>. Acesso em: 17 ago. 2016.

Já a *Sweet's final thoughts* apresentava uma análise fictícia de Lance Sweets (John Francis Daley). Após o encerramento do episódio, o telespectador podia ler a análise clínica do psicólogo sobre o caso da semana. As músicas executadas ao longo da trama eram disponibilizadas na *Royal Diner jukebox*, a plataforma liberava um trecho de 30 segundos de duração e um link redirecionando o usuário para o iTunes²²³.

A última seção do *Bones Sync* era dedicada à *social TV*, em que o telespectador interagente podia postar e acompanhar os comentários sobre o episódio gerados no Facebook e no Twitter. A segmentação era feita através da indexação (*#Bones*) divulgada pela Fox.

Após o lançamento dos aplicativos da ABC e da Fox, vários canais (CBS²²⁴, The CW²²⁵, Syfy²²⁶ e AMC²²⁷) estadunidenses adotaram a plataforma. As novas possibilidades de expansão dos universos ficcionais chamaram a atenção dos roteiristas, que passaram a produzir conteúdos específicos para a segunda tela. Além de oferecer ao público acesso às enquetes, fotos dos bastidores e vídeos promocionais, o *Breaking Bad Story Sync*²²⁸ contextualizava os vazios informacionais da trama (MILLER, 2012).

Exibida pelo canal pago estadunidense AMC, a série *Breaking Bad* (2008-2013) é permeada pela ausência de setas chamativas. Porém, durante a exibição da atração o aplicativo pontuava para o público as referências presentes na história. Como por exemplo, uma das cenas do episódio *Gliding Over All*²²⁹ mostra Walter White (Bryan Cranston) olhando fixamente para uma mosca, simultaneamente a segunda tela indica que na terceira temporada o personagem já tinha demonstrado o mesmo comportamento.

²²³ Loja de mídia digital da Apple. Disponível em: <https://support.apple.com/pt-br/HT201762>. Acesso em: 17 ago. 2016.

²²⁴ *The Big Bang Sync* (2012). Disponível em: <http://ipadinsight.com/ipad-app-reviews/bazinga-tbs-big-bang-theory-ipad-app-is-a-lot-of-fun/>. Acesso em: 18 ago. 2016

²²⁵ *The Vampire Diaries App* (2013). Disponível em: <http://vampirediariesonline.com/cw-press-releases/the-cw-announces-new-app-featuring-full-episodes-episodes-available-next-day/>. Acesso em: 18 ago. 2016.

²²⁶ *Defiance Sync* (2013). Disponível em: https://recombu.com/digital/article/syfy-sync-behind-the-scenes-on-the-defiance-and-haven-app-with-gracenote-entourage_M11494.htmlAcesso em: 18 ago. 2016.

²²⁷ *The Walking Dead Story Sync* (2013). Disponível em: <http://www.theverge.com/entertainment/2014/2/13/5406498/how-a-second-screen-app-made-the-walking-dead-come-alive>. Acesso em: 18 ago. 2016

²²⁸ Disponível em: <http://www.amc.com/shows/breaking-bad/exclusives/story-sync>. Acesso em: 17 ago. 2016.

²²⁹ Oitavo episódio da sexta temporada.



Figura 8: *Breaking Bad Story Sync* indica as referências do episódio para o telespectador interagente.

Fonte: Gigacom²³⁰ (2012).

A plataforma da AMC chama a atenção para um ponto importante nas discussões sobre o uso da *second screen co-viewing* no âmbito das narrativas ficcionais seriadas. Conforme destacam Proulx e Shepatin (2012), o conteúdo gerado no dispositivo móvel durante a exibição de um programa deve de alguma forma ser relevante para o universo ficcional.

Ao enriquecer a experiência televisiva do público, os aplicativos estimulam não só o *appointment television*, mas vão ao encontro das características narrativas das séries da *Post-Network Television*. Como discutimos anteriormente, essas tramas introduzem novos modos de criação, produção e distribuição. Desta forma, a segunda tela propicia a expansão e o aprofundamento dessas histórias.

A segunda subcategoria dos aplicativos de *second screen co-viewing* proposta por Proulx e Shepatin (2012, p.89) se refere às plataformas que são criadas para eventos específicos, tais como premiações e coberturas jornalísticas. De acordo com os autores (2012, p.97), “Atualmente são raros os grandes eventos televisivos que não possuem algum tipo de experiência de segunda tela²³¹”. Apesar da segmentação de Proulx e Shepatin (2012) não dialogar com as narrativas ficcionais seriadas, iremos fazer um breve retrospecto do uso deste formato pelos canais estadunidenses. Por se tratar de um fenômeno recente, é fundamental compreendermos todo o seu processo de desenvolvimento.

²³⁰ Disponível em: <http://gigaom.com/wp-content/uploads/sites/1/2012/09/1-walt-fly.jpg>. Acesso em: 17 ago. 2016.

²³¹ Very few tentpole television events take place these days that do not include some sort of second screen experience.

O uso de aplicativos direcionados para eventos específicos teve início com as premiações da indústria cinematográfica e fonográfica. Lançadas em 2011 para a cerimônia do Oscar²³² e do VMA²³³, respectivamente, as plataformas tinham como objetivo ampliar a cobertura das atrações. Ao longo das transmissões, o público podia acessar câmeras exclusivas, curiosidades, fotos dos bastidores, histórico da premiação e lista dos indicados. O formato também é usado nas coberturas jornalísticas como, por exemplo, o casamento real, as eleições estadunidenses, e nas competições esportivas (NBA Games, Olimpíadas, etc.) (COSTA; SIGILIANO, 2015).

A terceira e última subcategoria discutida por Proulx e Shepatin (2012) é focada nos aplicativos que agregam vários programas. Isto é, ao invés da emissora criar uma plataforma individual para cada uma de suas atrações, como observamos no *My Generation Sync*, *Grey's Anatomy Sync* e *Bones Sync*, ela opta por reuni-las. Os autores afirmam que este formato é mais rentável para os canais, pois os gastos com o desenvolvimento e manutenção são menores do que com os aplicativos individuais.

Criado em 2012 pelo Showtime, o *Showtime Sync*²³⁴ aprofunda os arcos narrativos explorados nas temporadas das séries que compõem a grade de programação da emissora paga estadunidense. A plataforma está disponível para as atrações *Homeland* (2011-atual), *Episodes* (2011- atual), *House of Lies* (2012-2016), *Ray Donovan* (2013- atual), *Masters of Sex* (2013-atual) e *Penny Dreadful* (2014-2016). Como apontam Proulx e Shepatin (2012), este formato faz com que o telespectador interagente não tenha que baixar aplicativos diferentes para cada um dos programas que assiste. No caso do *Showtime Sync*, ele reúne todas²³⁵ às tramas que são produzidas pelo canal.

No âmbito das narrativas ficcionais seriadas, o *second screen co-viewing* prolonga a história que está sendo exibida na televisão. Nesse sentido, são desenvolvidos conteúdos direcionados para os dispositivos móveis que contribuem de alguma forma para o universo da trama. Pautados pela estrutura narrativa de *Homeland*, os conteúdos complementares disponibilizados no *Showtime Sync* aprofundavam os

²³²Disponível em: <http://thenextweb.com/apps/2011/02/27/5-ipad-and-iphone-apps-to-enhance-the-oscar/>. Acesso em: 18 ago. 2016.

²³³ Disponível em: <http://mashable.com/2011/08/26/vmas-all-access-live-ipad/>. Acesso em: 18 ago. 2016.

²³⁴ Disponível em: <https://sho.com/sho/sho-sync/home>. Acesso em: 19 ago. 2016.

²³⁵ Se refere aos programas que compõem o horário nobre da emissora.

plots explorados ao longo da quarta temporada do programa. O material era dividido em três seções: *True Spies*, *Behind Episodes* e Comentários do *showrunner*²³⁶Alex Gansa.

Composta por 12 capítulos, um para cada episódio da 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).

Já os 12 capítulos de *Behind Episodes* mostravam o *making off* das gravações e entrevistas com a equipe técnica e com o elenco da série. Além de apresentar os bastidores de *Homeland*, a seção destacava as nuances presentes na trajetória dos personagens. No *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.

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 interagente camadas imersivas inéditas de *Homeland*, fazendo com que a TV e o dispositivo móvel integrem o mesmo ambiente.

A segunda tela reconfigura a experiência televisiva contemporânea. Seja através do *check in* televisivo ou da ampliação dos universos ficcionais, os dispositivos móveis têm estimulado o *appointment television* e propiciado novas possibilidades narrativas. Nesse sentido, o fenômeno vai ao encontro dos processos criativos e participativos da ficção seriada na *Post-Network Television*. Entretanto, é fundamental que esta tela adicional, que agora compõe o ambiente televisivo, não se sobressaia ao conteúdo que está sendo exibido na TV. Para isso a plataforma deve apresentar além de uma arquitetura operacional intuitiva, conteúdos relevantes e coerentes a história que está no ar.

²³⁶Segundo Bennett (2014, p.19), *showrunner* é um termo utilizado para designar o profissional responsável pela produção executiva e criativa de uma série de TV.

3.3 O AMBIENTE HÍBRIDO DA *SOCIAL TV*

A metáfora de Machado (2007), discutida no capítulo anterior, se materializa não só nas reformulações das narrativas ficcionais seriadas contemporâneas, mas também na *social TV*. A esfera imersa em um espaço tridimensional que dependendo da perspectiva sobrepõe, intercepta e replica outras esferas nos ajuda a compreender o caráter híbrido do fenômeno. Isto é, apesar de sua especificidade, a *social TV* é interpenetrada por questões relacionadas à televisão e às novas mídias. Nesse sentido, o fenômeno engendra uma experiência até então inédita ao aglutinar práticas, tecnologias e aspectos culturais destes meios.

A ambiência televisiva é permeada pela conversação, pois independente da temporalidade o meio pauta assuntos e estimula o diálogo entre os telespectadores (WOLTON, 1996; LOTZ, 2007; SUMMA, 2011). Como afirma Wolton (1996, p.16), “A televisão é um formidável instrumento de comunicação entre os indivíduos. O mais importante não é o que se vê, mas o fato de se falar sobre isso. A televisão é um objeto de conversação. Falamos entre nós e depois fora de casa”.

A capacidade do meio em instigar o debate vai além da constituição de uma esfera pública. De acordo com Summa (2011, p.9), “[...] a televisão não é apenas uma grande influência sob a sociedade, mas uma força motriz para a interação social²³⁷”. O próprio processo de recepção do meio facilita a interlocução dos telespectadores,

“[...] a TV, ao contrário do cinema, admite que se converse enquanto a programação é exibida. Se um espectador falar em voz alta no cinema, provavelmente será advertido por algum vizinho de assento. Com a televisão, ao contrário, é comum que se façam comentários durante a exibição (CANNITO, 2010, p.59).

Nos Estados Unidos o hábito de socializar com os amigos, familiares e colegas de trabalho por meio da discussão informal sobre a programação televisiva é conceituado como *watercooler*²³⁸ (BENTON; HILL, 2012). O termo faz alusão aos ambientes corporativos, principalmente escritórios e grandes repartições, em que os funcionários se reuniam em torno do bebedouro para comentarem o que tinham assistido na noite anterior. Segundo Lotz (2007, p. 32-35), o hábito surgiu em meados

²³⁷ “[...] television has not only as a major influence on society, but also as a driving force for social interaction”.

²³⁸ Refrigerador de água, bebedouro (livre tradução da autora). A grafia da palavra também pode variar entre *water-cooler* e *water cooler*. Por ser o mais usado no âmbito dos estudos da comunicação, neste trabalho iremos adotar *watercooler*.

da década de 1960, durante a *Network-Era*²³⁹. A autora pontua que a linearidade da grade de programação e as poucas opções de canais disponíveis na época contribuíram para que os telespectadores compartilhassem o mesmo repertório televisivo. Nesse sentido, o *watercooler* está correlacionado ao consumo midiático.

De acordo com Dalmonte (2015, p.100), o consumo midiático possui três fases. A primeira fase “[...] é feita em grupos e é caracterizada pela troca imediata de impressões acerca da programação”. Isto é, a conversação em torno do programa é norteada pela partilha do mesmo contexto temático e do ambiente televisivo, o telespectador assiste aos programas acompanhado dos amigos e/ou da família.

Já na segunda fase o *watercooler* se enfraquece, pois o consumo é realizado de forma privada e individual. O público assiste aos programas sozinho e, muitas vezes, tem a oportunidade de gravar a atração para consumir no momento que lhe for mais conveniente (DALMONTE, 2015, p.100). Como ressalta Lotz (2007), nesse ambiente os comentários sobre a programação são díspares, pois o telespectador tem acesso a uma gama de canais e não precisa necessariamente seguir a grade de programação.

Por fim, a última fase pontuada por Dalmonte (2015, p.100) abrange o consumo privado e compartilhado. Segundo o autor (2015, p.100), “[...] a partir de uma vasta programação disponível, o consumo se dá de forma privada, mas é caracterizado pelo imediato compartilhamento de impressões, explicitadas por meio de sites de redes sociais”. Mesmo assistindo as atrações individualmente, o telespectador repercute os acontecimentos com inúmeros interlocutores em ambientes conectados.

Esse novo *watercooler* emerge da *social TV*, segundo Montpetit e Blain (2010), Summa (2011), Hill e Benton (2011) o fenômeno resgata a conversação em torno do conteúdo televisivo.

[...] diferentes tecnologias têm influenciado a forma como as pessoas consomem televisão, mas a Internet foi responsável pela ampliação do caráter e interação social propiciado pelo meio. Isso acontece, particularmente, com a introdução das redes sociais de internet, em especial o Facebook e o Twitter, que estão assumindo a função de *watercoolers* digitais²⁴⁰ (HILL; BENTON, 2011, p.1).

²³⁹ A *network era television*, também chamada de era do *marketing* de massa, se refere à primeira fase da televisão comercial estadunidense. Nesse período o mercado era composto por três emissoras: NBC, CBS e ABC. A programação do horário nobre tinha o predomínio de séries que exploravam a temática dos crimes e *sitcons*, o objetivo era atingir o grande público (LOTZ, 2007).

²⁴⁰ [...] different technologies have influenced the way people consume television, but is it the World Wide Web revolution that further extended the social potential of television and the concept of TV as a medium that fosters social interaction. This happened in particular with the introduction of social networks such a Facebook and Twitter, quickly assuming the function of digital watercoolers.

Entretanto, é fundamental considerarmos que apesar de possibilitar novos modos de interação, participação e imersão, o *watercooler* digital faz com que os telespectadores redescubram um hábito que historicamente sempre integrou a experiência televisiva. Como explica Lemos (2013),

[...] as práticas atuais mostram que estamos assistindo a um retorno a experiências muito similares às anteriores, com o aproveitamento das inovações sociais e tecnológicas do digital, principalmente no que se refere às possibilidades de produção de conteúdo, de compartilhamento de informação e de criação de redes sociais (p.146).

Na *social TV* os comentários, que antes ficavam restritos à sala de estar, ao círculo de amigos e aos colegas de trabalho, são transpostos para as redes sociais e aplicativos de segunda tela no ciberespaço²⁴¹. Nesse ambiente a conversação passa a ser mediada pelo computador, possibilitando novas apropriações, subversões e amplificações do *watercooler*. Isto é, a intermediação da conversação por suportes de informação digitais ressignifica a interlocução dos telespectadores.

Segundo Recuero (2014, p. 215-219), a conversação mediada pelo computador dá origem uma nova ‘forma’ conversacional, mais pública e coletiva, em que os interagentes constituem uma audiência invisível, forjada pelas conexões e visibilidade dos sites de redes sociais. A conversação em rede “[...] surge dos milhares de atores interconectados que dividem, negociam e constroem contextos coletivos de interação, trocam e difundem informações, criam laços e estabelecem redes sociais” (RECUERO, 2014, p.19). A autora afirma que os diálogos coletivos que emergem do fenômeno estabelecem novos contextos, práticas e estruturas sociais.

São essas conversas públicas e coletivas que hoje influenciam a cultura, constroem fenômenos e espalham informações e memes, debatem e organizam protestos, criticam e acompanham ações políticas e públicas. É nessa conversação em rede que nossa cultura está sendo interpretada e reconstruída (RECUERO, 2014, p.17-18).

Porém, antes de discutirmos as principais características da conversação em rede e suas imbricações com o *watercooler* digital, é importante compreendermos o ambiente em que essa nova ‘forma’ conversacional se configura. Proveniente da web 2.0²⁴², as redes sociais são conceituadas por Recuero (2014, p.16) como “[...] estruturas de agrupamentos humanos, constituídas pelas interações, que constroem os grupos

²⁴¹ Conjunto de redes de telecomunicações criadas com o processo digital de circulação de informação. Ver Lévy (2014); Lemos (2013).

²⁴² Segundo Primo (2007, p.2), “A Web 2.0 é a segunda geração de serviços online e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo”.

sociais”. Nesse sentido, essas plataformas seriam uma categoria do grupo de *softwares* sociais, ou seja, aqueles que possuem aplicação direta para a comunicação mediada por computador.

Boyd e Ellison (2008, p. 211) afirmam que os sites de redes sociais apresentam três características centrais. São elas: a construção de um perfil público ou semi público dentro de um sistema limitado; a interação através de comentários; e a exposição pública da rede social de cada interagente²⁴³. Os pontos listados pelos autores podem ser observados em distintas plataformas como, por exemplo, o Facebook, o extinto Orkut, o Instagram, o Snapchat, o Twitter, etc. Isto é, todas elas possuem mecanismo de individualização (criação de um perfil), permitem a interação entre os usuários (através de mensagens de texto, foto, vídeos, etc.) e mostram cada interagente de forma pública (basta digitar o *username*²⁴⁴ para localizar o perfil em questão).

Por ser caracterizada pelo compartilhamento de conteúdos de maneira síncrona a exibição da grade de programação, a *social TV* se configura a partir de uma categoria específica de sites de redes sociais (RSIs²⁴⁵), as redes multimodais 3.0²⁴⁶. De acordo com Santaella e Lemos (2010, p.59), “O diferencial principal na modalidade de interação das RSIs 3.0 encontra-se na sua integração com múltiplas redes, plataformas e funcionalidades através do uso de aplicativos e de mídias móveis”. As redes multimodais têm início com a criação do Facebook, em 2004, e são pautadas pelo a interpenetração com outras redes, pelo uso generalizado de jogos (como Farmville, Candy Crush, Criminal Case, etc.) e de aplicativos para mobilidade (SANTAELLA; LEMOS 2010, p. 58).

A interoperabilidade presente nas RSIs 3.0, tais como o Twitter e o Facebook, irá influenciar diretamente na *social TV*. Como discutiremos adiante, as características desta modalidade de interação contribuem para o desenvolvimento de aplicativos de segunda tela e para a experiência do telespectador interagente.

Segundo Santaella e Lemos (2010, p.59-62), as RSIs 3.0 apresentam dois diferenciais em relação às outras modalidades de interação, a primeira está relacionada à

²⁴³ Construct a public or semi-public profile within a bounded system, articulate a list of other users with whom they share a connection and view and traverse their list of connections and those made by others within the system.

²⁴⁴ Nome de usuário (inglês).

²⁴⁵ Abreviação para redes sociais da internet.

²⁴⁶ Segundo Santaella e Lemos (2010, p.58) a RSIs 1.0 (redes monomodais) é norteada pela coordenação em tempo real entre usuários, entram nessa categoria o ICQ, o MSN, o Messenger (mensagem privada do Facebook), etc. Já a RSIs 2.0 (redes monomodais múltiplas) tem como ponto central o entretenimento, os contatos pessoais e o *marketing* social, nela se destacam o Orkut, o MySpace, o LinkedIn, entre outros.

estrutura da interface²⁴⁷. Ao ser transposta para os dispositivos móveis a interface dos aplicativos e das redes sociais são redimensionadas, tornando-se mais intuitivas e funcionais. Esse processo facilita desde o compartilhamento de conteúdos até a interação do público. Se plataformas como SMS TV Chat e AOL TV apresentavam deficiências que prejudicavam o envio, visualização das mensagens e limitavam a conversação. As RSIs 3.0 simplificam a publicação das impressões de maneira sincronia a exibição da grade de programação, a interface faz com que rapidamente o telespectador interagente se familiarize com o sistema, tornando a experiência intuitiva.

As autoras (2010, p. 59-62) também afirmam que a estrutura da interface traz mobilidade as portas de acesso. Em outras palavras, “O acesso já não se dá através de pontos fixos no espaço-tempo, pois ele é ubíquo” (SANTAELLA; LEMOS 2010, p.59). Este aspecto possibilita que os aplicativos de *check in* televisivo e de *co-viewing* consigam espelhar e terceirizar as postagens das redes sociais. Isto é, em decorrência do caráter nômade das RSIs 3.0 o telespectador interagente pode acompanhar os conteúdos que estão sendo publicados, por exemplo, no Twitter sem ter que acessar diretamente o *microblogging*²⁴⁸, além de compartilhar automaticamente o *check in* em outras plataformas. Nesse sentido, os aplicativos conseguem se conectar a várias RSIs ao mesmo tempo, propiciando maior dinâmica e pluralidade ao *watercooler* digital.

A mutabilidade das formas de acesso atua em outro ponto importante da *social TV*. De acordo com Santaella e Lemos (2010, p.59), a ubiquidade da estrutura de interface permite que as informações trafeguem livremente “[...] entre os diversos repositórios, indo parar em bases de dados gigantes que analisam gostos e preferências individuais para inúmeros fins”. A característica ressaltada pelas autoras nos ajuda a compreender algumas possibilidades de extração de métricas engendradas pela *social TV*. No capítulo seguinte iremos discutir de forma detalhada esta questão, entretanto a *priori* é importante compreendermos de que maneira a múltipla conexão da estrutura da interface possibilita que as emissoras e as empresas tenham acesso os conteúdos gerados pelo público.

²⁴⁷ De acordo com Johnson (2001, p.17), “Em seu sentido mais simples, a palavra se refere a softwares que dão forma à interação entre usuário e computador. A interface atua como uma espécie de tradutor, mediando entre as duas partes, tornando uma sensível para a outra. Em outras palavras, a relação governada pela interface é uma relação semântica, caracterizada por significado e expressão, não por força física”.

²⁴⁸ Segundo Recuero (2009, p.186) o Twitter é denominado *microblogging* porque “[...] permite que sejam escritos textos de até 140 caracteres [...]”.

As redes multimodais 3.0 facilitam a coleta de dados estatísticos, pois as palavras-chaves e os conteúdos postados pelo interagente podem ser rapidamente acessados seja pela própria plataforma através da interface de programação de aplicações²⁴⁹ (API) ou por meio de *softwares* que terceirizam essas informações. Desta forma, os canais e as empresas de métricas têm a oportunidade de acompanhar as impressões dos telespectadores interagentes durante a exibição dos programas. Hill e Benton (2012, p.2-4) pontuam que os dados gerados funcionam como uma pesquisa de opinião em tempo real.

Pela primeira vez na história, os anunciantes e os canais de TV têm acesso em tempo real as opiniões do grande público sobre os seus comerciais e produções, indo além das tradicionais métricas de audiência. As redes sociais são capazes fornecer informações detalhadas sobre as impressões dos espectadores ao longo da programação televisiva, possibilitando que as emissoras adaptem seus conteúdos de acordo com o *feedback*²⁵⁰ (HILL, BENTON,2012, p.2).

O segundo diferencial das RSIs 3.0 em relação às outras modalidades é a temporalidade *always on*²⁵¹. Conforme explicam Santaella e Lemos (2010, p. 61), “A evolução das redes 3.0 traz um deslocamento temporal radical em direção à experiência midiática de um presente contínuo: na era da mídia *always on* o passado importa pouco, o futuro chega rápido e o presente é onipresente”. Uma das questões centrais do conceito de *social TV* é a temporalidade, isto é, o fenômeno só se configura quando os comentários são compartilhados nas redes sociais e nos aplicativos de segunda tela de maneira síncrona à exibição da grade de programação. Nesse sentido, o fluxo *always on* vai ao encontro da temporalidade da exibição dos programas estabelecendo uma sinergia entre o presente contínuo das redes sociais e da televisão. As modalidades de interação que antecederam as RSIs 3.0, tais como fóruns, salas de bate papo, ICQ, MSN e Orkut apresentavam uma dinâmica de renovação de conteúdo pontual e restrições no número de participantes da conversação. Por mais que o público quisesse repercutir as atrações televisivas em tempo real as estruturas destas plataformas não possibilitavam tal interação.

Ao ser transposto para as redes sociais o *watercooler* ganha novas possibilidades. A conversação em rede faz com que as impressões dos telespectadores

²⁴⁹ Application Programming Interface (inglês).

²⁵⁰ For the first time in history, advertisers and TV programmers are able to receive real-time feedback in the form of not only viewership numbers, but also sentiment from large audiences about their products and ads. In addition, networks are able to capture detailed comments from viewers throughout a television show and therefore can ask and try to answer important questions, such as how much engagement specific types of programming can elicit from viewers.

²⁵¹ Segundo Santaella e Lemos (2010, p. 62), o termo é intraduzível em sua justa brevidade.

se tornem mais coletivas, públicas e dinâmicas. Tendo como escopo teórico as discussões de Recuero (2014), iremos refletir sobre três características dessa ‘forma’ conversacional que emerge do ciberespaço e suas imbricações com o *watercooler* digital.

A conversação em rede possui dois contextos de interação social: assíncrona e síncrona. Segundo Ko (1996) e Murphy e Collins (1997), essas modalidades são classificadas como nômades, pois a unidade temporal varia de acordo com o uso da plataforma. Assim uma mesma rede social, considerando as limitações, as potencialidades e as tendências de sua arquitetura operacional, pode ser usada para postagens síncronas e assíncronas. Como explicam os autores, que irá determinar a elasticidade temporal da RSIs é o interagente.

Segundo Recuero (2009; 2014), na conversação assíncrona a expectativa de resposta não é imediata. “Com isso, o sequenciamento da conversação é diferente, pois está espalhado no tempo” (RECUERO, 2014, p. 51). Este tipo de interação está relacionado à forma escrita e pode ser observado, por exemplo, em fóruns, blogs e na troca de e-mails.

Já a conversação síncrona é norteadada pelo compartilhamento do contexto temporal e midiático. De acordo com Recuero (2014, p. 51), “[...] são conversações que acontecem entre dois ou mais atores através de uma ferramenta de CMC²⁵², e cuja expectativa de resposta dos interagentes é imediata”. Segundo a autora (RECUERO, 2014, p. 51-52), esta modalidade geralmente é associada com a conversação oral, pois a identidade temporal das plataformas simula uma troca de informações semelhante a uma interação face a face.

Se a temporalidade *always on* propicia o entrelaçamento entre o presente contínuo das redes sociais e do fluxo televisivo, a conversação síncrona mostra que a própria arquitetura dessas plataformas apresenta uma interpenetração com a oralidade. Como pontua Ko (1996, p.7), essa modalidade de interação possui a velocidade e a espontaneidade da comunicação oral. Nesse sentido, a correlação entre o hábito de socializar com os amigos, familiares e colegas de trabalho por meio da discussão informal sobre a programação televisiva e a *social TV* está implícita no próprio contexto da interação.

²⁵² Acrônimo de comunicação mediada pelo computador (RECUERO, 2014, p.10).

Porém, apesar de o *watercooler* digital ser norteado pela comunicação oral, ao ser transposto para as redes sociais e para os aplicativos de segunda tela a interlocução em torno do conteúdo televisivo se torna mais dinâmica. De acordo com Recuero (2014, p.60-64), mesmo sendo basicamente escrita, a conversação em rede tem a capacidade de agregar várias linguagens, como por exemplo, texto, imagens, vídeos, GIFs²⁵³ e representações gráficas (*emojis*, *emoticons*, *stickes*, etc.). Ao repercutir as atrações televisivas os telespectadores interagentes podem incorporar às suas publicações distintas mídias. A coexistência de múltiplos formatos possibilita que o público ressalte pontos importantes das narrativas, crie intertextualidades, reforce o universo ficcional e amplie as tramas apresentadas na TV.

Esse aspecto pode ser observado, por exemplo, em duas publicações compartilhadas durante a exibição do episódio *eps2.6_succ3ss0r.p12*²⁵⁴, de *Mr. Robot* (2015-atual, USA). Os comentários postados no Twitter e no aplicativo de *check in* televisivo TVShow Time, respectivamente, recorrem a distintos formatos para ressaltar os arcos narrativos da série.



Figura 9: As postagens no Twitter e no TVShow Time mostram a coexistência de linguagens na conversação em rede.

Fonte: Twitter e Showtime.

Na primeira imagem o telespectador interagente usa um vídeo para expressar a sua reação caso alguma coisa aconteça com os personagens Trenton (Sunita Mani) e Darlene (Carly Chaikin). Com duração de 16 segundos, o conteúdo mostra uma senhora

²⁵³ Acrônimo de graphics interchange format.

²⁵⁴ Transmitido pelo canal pago estadunidense USA no dia 24 de agosto de 2016.

dizendo: “Eu tenho problema de nervos, se eu passar mal vocês irão arcar com tudo, medicamentos, internação, tudo o que eu precisar, até remédio para dor de cabeça²⁵⁵”. Já a segunda postagem, compartilhada no TVShow Time, é composta por meme²⁵⁶ com os dizeres ‘*we want tooo*²⁵⁷. A imagem ironiza a fala da agente do FBI, Dominique DiPierro (Grace Gummer) e chama a atenção para a previsibilidade da cena que estava no ar. A diversidade de formatos que pode ser incorporada nas publicações dos telespectadores interagentes faz com que o *watercooler digital* vá além da escrita oralizada²⁵⁸. A conversação em rede propicia que o público agregue distintas mídias para repercutir o programa que está no ar, tornando a experiência televisiva mais dinâmica.

De acordo com Recuero (2014, p. 43-52) a conversação em rede permite uma nova forma de circulação da informação em que ela é gravada, transformada e replicada. No âmbito da *social TV*, esses pontos engendram novas formas de interlocução entre os telespectadores interagentes e a ampliação das atrações. A possibilidade de gravação dos conteúdos publicados nas redes multimodais está relacionada ao que Boyd (2007) chama de persistência. Segundo a autora a característica se opõe ao caráter efêmero de outros tipos de conversação, como por exemplo, a oral. Nesse sentido, mesmo as impressões sendo compartilhadas de maneira síncrona à exibição do programa, em um espaço de tempo delimitado, a persistência proporcionada pela mediação dos suportes tecnológicos possibilita que o telespectador interagente recupere o comentário que foi postado na *timeline* segundos atrás. É essa característica no ambiente da conversação em rede que estabelece o fluxo conversacional entre os interagentes.

O segundo ponto destacado por Recuero (2014, p. 43-52) é a transformação. A partir de um conteúdo original, publicado por uma conta específica, outros interagentes podem atribuir distintos significados a esta postagem. Na *social TV*, as impressões compartilhadas nas redes sociais e nos aplicativos de segunda tela são ressignificadas. Por exemplo, o perfil oficial do canal publica uma foto da cena que está no ar, o interagente compartilha o conteúdo, mas inclui um comentário irônico que destoa no objetivo inicial da postagem original. Esse aspecto traz pluralidade ao *watercooler*

²⁵⁵ Transcrição do áudio do vídeo.

²⁵⁶ Gleick (2013, p. 17) define o meme como “[...] um replicador e um propagador – uma ideia, uma moda, uma corrente de correspondência”.

²⁵⁷ Nós queremos também (livre tradução da autora).

²⁵⁸ Termo de Crystal (2006).

digital, pois os conteúdos podem ser ressignificados e debatidos a partir de diversos pontos de vista.

O último ponto ressaltado por Recuero (2014, p. 43-52) é replicabilidade. Segundo a autora (2014, p. 43), a característica “[...] proporciona a replicação (cópia) das informações constituídas nesses espaços públicos mediados”. Este aspecto da conversação em rede permite a propagação das impressões postadas pelos telespectadores interagentes durante a exibição da grade de programação. Desta forma, os conteúdos se espalham rapidamente pela rede influenciando e expandindo o *watercooler*. Isto é, se antes os comentários sobre as atrações repercutiam entre os amigos, os colegas de trabalho e os familiares, a conversação em rede amplia a interlocução entre o público.

Ao ser transposto para as redes multimodais 3.0, o *watercooler* reafirma algumas de suas principais características como a instantaneidade, a espontaneidade e engendra novas possibilidades se tornando mais dinâmico e plural. Entretanto, não só a conversação em torno do conteúdo televisivo que é redescoberta e ampliada na *social TV*, a experiência compartilhada também ganha contornos inéditos no fenômeno.

Como discutimos anteriormente, a televisão se caracteriza pelo predomínio do fluxo sobre o arquivo (CANNITO, 2010). De acordo com Williams (1979, p.86), “Em todos os sistemas mais desenvolvidos de radiodifusão, a forma característica de organização e, conseqüentemente, a experiência mais característica, é a seqüência ou o fluxo²⁵⁹”. Desta forma, a distribuição do conteúdo é unidirecional e regular.

O fluxo televisivo é organizado a partir da grade de programação, segundo Wolton (1996) o sistema funciona como uma espécie de ‘modo de usar’ da televisão, permitindo que o telespectador saiba, por exemplo, o horário de exibição do seu programa favorito.

O fluxo temporal é organizado pelo modelo convencional de repetição: cada dia em 24 horas, cada semana tem sete dias. Ou seja, a cada período prefixado, o evento se repete, sem ser o mesmo – eis o princípio em que se baseia a grade televisiva (CANNITO, 2010, p.51).

Nesta forma de distribuição de conteúdo o público não pode escolher quando irá assistir ao programa, como acontece nas plataformas *on demand*, ele precisa seguir as ordenações temporais pré fixadas na grade.

²⁵⁹ In all broadcasting systems more developed, the characteristic shape of the organization and thus experience the most characteristic is the sequence or flow.

Segundo Fachine (2014, p.124), o fluxo televisivo faz com que a TV incorpore “[...] uma duração extraída do ‘real’ e, por meio desse tempo ‘vivo’ e compartilhado da transmissão, promova um sentido de presença que se manifesta como um efeito de ‘acesso imediato’ ou de contato com os outros e com mundo”. Isto é, a transmissão direta gera um efeito de presença pelo compartilhamento da mesma temporalidade. Este presente contínuo se configura tanto pela programação seguir a linha do tempo de modo unilateral e regular, incorporando um ‘eterno ao vivo’ independente de o conteúdo ser gravado ou não, quanto pela sensação de todos estarem assistindo ao mesmo tempo à mesma atração.

É desta simultaneidade que surge a experiência compartilhada, como pontua Wolton (1996, p. 15) a televisão é capaz de “Reunir indivíduos e públicos que tudo tende a separar e oferecer-lhes a possibilidade de participar individualmente de uma atividade coletiva”. O fator agregador da televisão, essa conexão com a pluralidade que permeia o meio está relacionada com o que Benedict Anderson (2008) conceitua como comunidade imaginada. As discussões do autor nos ajudam a refletir como o consumo coletivo de um mesmo produto cultural engendra a construção de laços comunitários e identitários. A comunidade imaginada formada a partir da exibição de um programa televisivo evoca, mesmo que de maneira fantasiosa, a noção de pertencimento a uma nação, conectando o individual ao planetário. Nesse sentido, a experiência compartilhada materializa uma coletividade simbólica ao reunir distintos telespectadores em torno do mesmo conteúdo televisivo (SILVERSTONE, 1994).

Assistir televisão significa ‘assistir com’: com todos os outros espectadores distantes e desconhecidos que alguém supõe ou imagina que ‘estão simplesmente lá’ em frente de suas telas na mesma hora que nós estamos em frente das nossas, assistindo ao mesmo programa que nós estamos vendo também (BUONANNO, 2015, p.77).

De acordo com Klym e Montpetit (2008), a *social TV* faz com que a experiência compartilhada seja redescoberta. As autoras afirmam que na década de 1950 o hábito de assistir televisão era uma atividade conjunta que envolvia a família, os vizinhos, os amigos e os colegas de trabalho. Os telespectadores se reuniam em frente ao aparelho televisivo para decidirem qual canal iriam assistir e repercutiam instantaneamente os programas que estavam no ar. A transmissão direta propiciava uma espécie de comunhão entre os espectadores, isto é, mesmo estando distantes e não conhecendo uns aos outros, eles sabiam que naquele exato momento estavam fazendo a mesma coisa (BUONANNO, 2015).

Já nos anos 2000, com o barateamento dos aparelhos televisivos e a popularização dos serviços de conteúdo *on demand*, o hábito que antes era coletivo se torna individual. De acordo com Klym e Montpetit (2008) essa individualização da experiência televisiva pode ser nomeada como a fase anti social meio. Os telespectadores deixam de assistir as atrações em grupo e se distanciam do *appointment television*, seja gravando os conteúdos ou acessando em outras plataformas. Segundo Buonanno (2015, p. 82), “Como o ato de assistir não é mais sincronizado com outras pessoas assistindo ao mesmo programa, ao mesmo tempo, desse modo perde-se a tradicional característica de um encontro coletivo”.

Porém, ao ser norteadada pelo fluxo televisivo, a *social TV* resgata a experiência coletiva, ressignificando a comunidade imaginada. Como explicam Klym e Montpetit (2008, p. 5)

A experiência compartilhada está voltando com uma nova forma. O ambiente familiar, típico dos anos 1950, está sendo substituído pelas comunidades virtuais online que são acessadas através dos dispositivos móveis. Essas comunidades vão muito além da sala de estar, dos bairros, das cidades, dos países e dos hemisférios²⁶⁰.

Dessa forma, os telespectadores interagentes não só compartilham a simultaneidade temporal e de conteúdo, como também têm a oportunidade de repercutir as atrações com inúmeros interlocutores através das redes sociais e dos aplicativos de segunda tela.

Este retorno da experiência compartilhada dialoga com o conceito de *backchannel*, que será aprofundado ao longo deste capítulo. Cunhado por Proulx e Shepatin (2012) o termo é usado para descrever o canal secundário de compartilhamento de conteúdo (texto, imagem, vídeo, etc.) formado especificamente durante a exibição de um programa. Nesse sentido, ao aglutinar as impressões de inúmeros telespectadores interagentes o *backchannel* amplia a discussão em torno do fluxo televisivo.

3.4 A CONVERGÊNCIA DA TV COM O TWITTER

De acordo com a Nielsen (2016), o Twitter é a rede social mais usada pelos telespectadores interagentes na postagem de conteúdos relacionados à programação

²⁶⁰ But the shared TV experience is now returning, in a new form. The typical family room of the 1950s is being replaced by online virtual communities accessed through personal devices. These communities extend far beyond the home to span entire neighborhoods, cities, countries, and hemispheres.

televisiva. Em 2015, 68% dos 310 milhões de usuários ativos²⁶¹ do *microblogging* tuítaram sobre os que estavam assistindo no momento (NIELSEN, 2016). Wolk (2015, p.67) pontua que a forte adesão da rede social no âmbito da *social TV* não é por acaso, “O Twitter sempre foi a plataforma óbvia para a *social TV*. É pública, é sucinta e é fácil de organizar as publicações em torno de um tópico usando as *hashtags*²⁶²”.

Fundado em 2006 pelos estadunidenses Jack Dorsey, Evan Williams e Biz Stone, o Twitter só chegou ao mercado em 2007, após a conferência de South by Southwest (RECUERO, 2009; DIJCK, 2013). Segundo Santaella e Lemos (2010, p.61), a rede social nasceu “[...] como uma resposta ao desafio da mobilidade, desenvolvendo funcionalidades aptas a promover eficientemente a interatividade móvel”. Caracterizado como uma rede multimodal (RSIs 3.0), o *microblogging* é “[...] estruturado com seguidores e pessoas a seguir, onde cada usuário pode escolher quem deseja seguir e ser seguido por outros” (RECUERO, 2009, p.186). A plataforma também permite que os interagentes enviem mensagens²⁶³ em modo privado para outros usuários. De acordo com Santaella e Lemos (2010, p.63), o Twitter apresenta características únicas em relação as outras RSIs 3.0, tais como Facebook e o Snapchat. “Essas especificidades possibilitam o surgimento de novos tipos de colaboração intelectual em rede que caracterizam uma nova etapa de evolução nos processos de inteligência coletiva mediados por computador” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p.63).

No âmbito da *social TV* quatro características da arquitetura informacional do Twitter contribuem para que o *microblogging* seja a plataforma central do fenômeno. São elas: a temporalidade *always on*, o foco da interação social, a indexação de ideias em torno das *hashtags* e a limitação do espaço textual.

Assim como as demais redes multimodais o Twitter é baseado na temporalidade *always on*. Como explica Lugano (2008), esse desdobramento da comunicação em tempo real se configura na imbricação das redes sociais com as mídias móveis. Nesse sentido “[...] a conexão é tão contínua a ponto de se perder o interesse pelo que aconteceu dois minutos atrás. Apenas o movimento do agora interessa” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 62).

Na *social TV* esta dinâmica veloz do Twitter vai ao encontro da transmissão direta da televisão, fazendo com que o *backchannel* aglutine dois presentes contínuos, o

²⁶¹Usam a rede social ao menos uma vez por mês.

²⁶² Twitter has always been the obvious platform for social TV. It’s public, it’s short and it’s easy to organize tweets around a topic using hashtags.

²⁶³ *Direct messages* ou DM.

do *microblogging* e o da grade de programação. Como o fenômeno se refere ao compartilhamento de conteúdos de maneira síncrona ao fluxo televisivo o Twitter permite que as publicações sejam instantâneas. O telespectador interagente pode até relatar eventos antigos na rede social ou gravar um programa para assistir no horário que lhe for mais conveniente, mas isso não descaracteriza a linguagem específica desses meios.

A temporalidade *always on* é tão latente no Twitter que primeira ação de *social TV* no âmbito do entretenimento foi pautada exatamente por essa característica. Em junho de 2007, a emissora estadunidense MTV começou a criar ações direcionadas para o *microblogging* (PATEL, 2012). Os tuítes eram postados durante a exibição dos programas ao vivo e convidavam o público a ligar a TV e acompanhar as atrações. Porém, foi no *MTV Movie Awards*²⁶⁴ que o canal conseguiu expandir o conteúdo televisivo para a segunda tela, estabelecendo uma sinergia entre as plataformas. Segundo o gerente de mídias sociais da MTV, Dave Sirulnick, na edição de 2006 a premiação teve uma queda considerável na audiência, o déficit fez com que a emissora reestruturasse suas estratégias de engajamento. “Quando começamos a usar o Twitter ele estava no ar há menos de um ano, vimos na rede social uma forma de nos reaproximarmos do público²⁶⁵”, explica Sirulnick (MCGIRT, 2012).

Durante a exibição do *MTV Movie Awards*, em 2006, o apresentador Aziz Ansari tuítava, através do seu perfil pessoal²⁶⁶, as curiosidades dos bastidores da atração e antecipava quais seriam os próximos artistas a se apresentarem. A renovação contínua do *microblogging* possibilitava que os telespectadores acompanhassem em tempo real as informações da premiação que estava no ar, compartilhando a mesma temporalidade. Essa conectividade *always on* do Twitter, é uma das características centrais da rede social. Como destacam Santaella e Lemos (2010, p.79), “A conversação e a discussão de ideias em tempo real são os principais diferenciais no uso dessa mídia”.

Após a ação da MTV, outros canais estadunidenses passaram a adotar o Twitter para engajar os telespectadores interagentes de maneira síncrona à exibição dos programas. Segundo Santaella e Lemos (2010, p.55), a temporalidade *always on* também propicia a rápida propagação das informações. Esse aspecto da arquitetura

²⁶⁴ Disponível em: <http://www.imdb.com/title/tt0972757/>. Acesso em: 9 set. 2016.

²⁶⁵ When we started using Twitter it was in the air for less than a year we have seen in the social network a way to stay closer to the viewer.

²⁶⁶ Disponível em: <https://twitter.com/azizansari>. Acesso em: 9 set. 2016.

informativa da rede social pode ser observado na ação realizada na 86ª edição do Oscar, exibida em 2014 pelo canal estadunidense ABC.

Durante a premiação a apresentadora Ellen DeGeneres propôs um desafio ao público: atingir a marca do tuíte mais compartilhado do *microblogging*. Para ultrapassar os 778 mil retuítes (RT)²⁶⁷ atingidos durante a reeleição de Barack Obama em 2012, DeGeneres fez uma *seflie* acompanhada de Jennifer Lawrence, Meryl Streep, Badley Cooper, Julia Roberts, Kevin Spacey, Jared Leto, Brad Pitt, Angelina Jolie e de Lupina Nyong'o. Em apenas 40 minutos o tuíte recebeu mais de um milhão²⁶⁸ de RT's, viralizando de uma forma tão instantânea que acabou travando perfil²⁶⁹ da apresentadora, que ficou impossibilitado de ganhar novos seguidores.

Por ser norteada pelo presente contínuo, a temporalidade do Twitter permite que os telespectadores interagentes compartilhem suas impressões em tempo real. Ao espelharem na rede social acontecimentos da TV as ações desenvolvidas pelos canais reforçam exatamente essa característica.

Outro ponto presente na arquitetura informativa do *microblogging* que dialoga diretamente com as potencialidades da *social TV* é o foco da interação social. As conexões de redes sociais como, por exemplo, o Facebook e o extinto Orkut são baseadas em relações preexistentes. Isto é, elas se restringem aos relacionamentos pessoais, de amizade e/ou profissionais. Conforme apontam Santaella e Lemos (2010, p.91) os usuários apenas levam “[...] para o universo do ciberespaço redes de vínculos sociais que já existiam previamente à sua entrada nas mídias sociais [...]”. Já no Twitter as interações não são baseadas apenas em vínculos preexistentes, o foco das conexões do *microblogging* é na “[...] qualidade e no tipo de conteúdo veiculado por um usuário específico” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 67). Recuero (2012, p.133) destaca que na plataforma é possível ‘seguir’ alguém sem que este o ‘siga’ de volta, o que permite a formação de conexões assimétricas²⁷⁰, trazendo dinamicidade ao fluxo de informações da *timeline*. Este foco de interação social do Twitter contribui para a pluralidade *backchannel* e para a amplificação do *watercooler*, pois o telespectador interagente tem

²⁶⁷ De acordo com Santaella e Lemos (2010, p.107), “O uso das letras RT no início de um tweet significa que esse tweet é proveniente de outro usuário e exige a menção do autor após essas letras. A função RT foi atualizada em novembro de 2009, em virtude de uma série de problemas de alteração do conteúdo original do tweet que, ao ser atribuído ao autor, falseava seu texto”.

²⁶⁸ Atualmente a publicação está com 3 milhões de RTs. Disponível em: <https://twitter.com/theellenshow/status/44032224407314432?lang=pt>. Acesso em: 10 set. 2016.

²⁶⁹ Disponível em: <https://twitter.com/TheEllenShow>. Acesso em: 10 set. 2016.

²⁷⁰ Aquelas que não dependem essencialmente da reciprocidade na criação de interações.

acesso a conteúdos e discussões sobre a programação televisiva que vão além dos seus vínculos pessoais.

Para preencher as lacunas informacionais deixadas propositalmente pelos roteiristas de *Pretty Little Liars* (2010-atual, ABC Family) o público da série usa o Twitter para discutir e compartilhar suas teorias sobre os mistérios da história. O foco da interação social do *microblogging* permite que os telespectadores interagentes que não possuem vínculos preexistentes possam interagir, mesmo que de maneira efêmera, durante a exibição do programa. A partir das teorias formuladas em conjunto pelo público, os perfis dos fãs clubes @PLLfans²⁷¹, @PLLbigA²⁷² e @CoberturaPLLBR²⁷³ publicam os tópicos mais debatidos e convidam os telespectadores interagentes a comentarem o complexo universo ficcional da série.

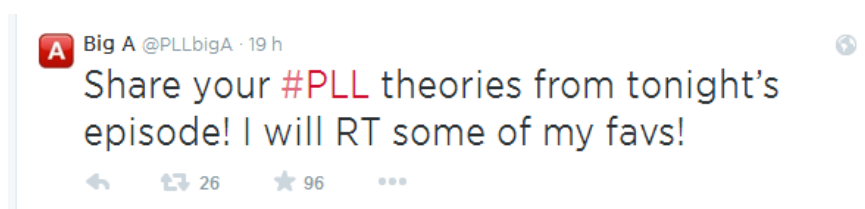


Figura 10: O perfil no Twitter @PLLbigA pede os telespectadores interagentes para compartilharem suas teorias sobre a narrativa durante a exibição de *Pretty Little Liars*.

Fonte: Twitter²⁷⁴

O foco da interação social do Twitter também possibilita que o público interaja com o elenco e equipe técnica dos programas televisivos. A característica pode ser observada nos *live chats* realizados pelos canais estadunidenses abertos e segmentados. Como por exemplo, a ação promovida durante a exibição do décimo primeiro episódio da décima segunda temporada de *Grey's Anatomy*. Partindo do arco central de 'Unbreak My Heart', que girava em torno do fim do relacionamento de April Kepner (Sarah Drew) e Jackson Avery (Jesse Williams), os atores Sarah Drew e Jesse Williams participaram de um bate papo com os telespectadores interagentes na rede social. Através de seus perfis²⁷⁵ pessoais os intérpretes dos personagens responderam às perguntas do público e repercutiram o processo de gravação do episódio. Em parceria

²⁷¹ Disponível em: <https://twitter.com/PLLfans>. Acesso em: 10 set. 2016.

²⁷² Disponível em: <https://twitter.com/PLLbigA>. Acesso em: 10 set. 2016.

²⁷³ Disponível em: <https://twitter.com/CoberturaPLLBR>. Acesso em: 10 set. 2016.

²⁷⁴ Disponível em: <https://twitter.com/PLLbigA/status/484150694857826304>. Acesso em: 10 set. 2016.

²⁷⁵ Disponível em: <https://twitter.com/sarahdrew>, <https://twitter.com/ijessewilliams>. Acesso em: 10 set. 2016.

com o Twitter US, a ABC também incorporou o Periscope²⁷⁶ ao *live chat*, dessa forma era possível acompanhar ao vivo as reações de Sarah e Jesse durante exibição da trama.



Figura 11: Os atores Sarah Drew e Jesse Williams participam de um *live chat* no Twitter durante a exibição de *Grey's Anatomy*.

Fonte: Observatório da Qualidade no Audiovisual²⁷⁷.

Este *backchannel* formado, a partir do foco da interação social do Twitter, entre os telespectadores interagentes e o elenco dos programas não só estimula o *appointment television* como desperta no público um sentimento de proximidade com a atração que está no ar. Como explicam Proulx e Shepatin (2012, p.20),

A rede social cria a sensação de uma relação mais direta e íntima entre as celebridades e seus fãs. Isto leva a um grupo de telespectadores mais engajados que estão cada vez mais abandonando seus DVRs e sintonizando suas televisões ao vivo. A sensação de fazer parte de uma comunidade através de uma experiência vivenciada em tempo real é algo irresistível²⁷⁸.

O engajamento dos telespectadores interagentes por meio dos *live chats* é tão representativo no âmbito da *social TV* que atualmente a criação de perfis no Twitter e a

²⁷⁶ Aplicativo nativo do Twitter que permite a transmissão de conteúdos ao vivo.

²⁷⁷ Disponível em: <http://observatoriodoaudiovisual.com.br/o-universo-ficcional-de-greys-anatomy-na-social-tv/>. Acesso em: 10 set. 2016.

²⁷⁸ Social media creates the feeling of a more direct and intimate interaction between celebrities and their fans. This leads to a more engaged TV viewing audience who are increasingly abandoning their DVRs to tune live. The lure of connecting within a community through a shared real-time experience is a compelling force.

participação do elenco na rede social fazem parte das estratégias dos canais estadunidenses. Em entrevista ao *The New York Times*, Shonda Rhimes, responsável por *Grey's Anatomy*, *Scandal* (2012-atual, ABC), *How to Get Away With a Murder* (2014-atual, ABC) e *The Catch* (2016-atual, ABC) afirmou que pede para que todos os membros de sua equipe mantenham uma página ativa no *microblogging* (MANLY, 2013). A capacidade de mobilização desse tipo de ação fica clara ao correlacionarmos a presença massiva do elenco de *Scandal* no Twitter com o *buzz*²⁷⁹ da trama, de acordo com o Jordan Chariton, jornalista do site *Lost Remote*, cada episódio da série gera no *backchannel* uma média de 350 mil tuítes.

Scandal, da ABC, se tornou uma referência nos estudos da *social TV*, ficando frequentemente entre as principais séries com o maior número de tuítes - de acordo com *Social Guide*. Ontem à noite, a atriz Darby Stanchfield, que interpreta Abby Whelan, como de costume interagiu com os fãs, ampliando ainda mais a força que a atração tem na rede social²⁸⁰ (CHARITON, 2013)

Os altos índices da série de Shonda Rhimes materializam a pesquisa divulgada pelo Twitter, segundo o estudo as narrativas ficcionais seriadas em que o elenco tuíta durante as suas exibições geram 64% mais *buzz* do que as atrações que não realizam esse tipo ação (MIDHA, 2014).

O foco da interação social e, conseqüentemente, a formação de conexões assimétricas do Twitter propicia o aprofundamento dos universos ficcionais das séries estadunidenses. Nessa perspectiva, os telespectadores interagentes podem trocar mensagens em tempo real com os roteiristas e criadores das tramas. Permeada pela ausência de setas chamativas, a primeira temporada de *Bates Motel* teve seus arcos narrativos complementados no *backchannel*. Durante os episódios a emissora paga estadunidense A&E promoveu no *microblogging* um bate papo com Carlton Cuse, um dos *showrunners* do programa.

²⁷⁹ Segundo Trinta (2015, p.4-5) *buzz* é um “[...] termo metaforicamente designativo de um movimento de intensa excitação, prazer e sentimento de sucesso, tomando-se como referência original o som produzido por uma abelha em voo”. Segundo o autor, no atual ecossistema de conectividade *buzz* também se refere a conteúdos que se propagam vertiginosamente pela rede

²⁸⁰ ABC’s “*Scandal*” has become a social TV darling, often rating among the top tweeted shows on television, according to *SocialGuide*. Last night, actress Darby Stanchfield, who plays Abby Whelan, added to the show’s social lure by running a custom Twitter timeline where she posted her favorite fan tweets .



Figura 12: Durante a exibição de *Bates Motel* o canal A&E convidou o público para participar de um bate papo com Carlton Cuse.

Fonte: Observatório da Qualidade no Audiovisual²⁸¹.

Além de responder às curiosidades e questionamentos dos telespectadores interagentes, Cuse explicava os principais arcos de *Bates Motel*, detalhando as consequências do transtorno de personalidade de Norman Bates (Freddie Highmore) e sua complexa relação do personagem com a mãe.

O terceiro aspecto da arquitetura informacional do Twitter que dialoga com a *social TV* é a indexação de ideias ao redor de *hashtags*²⁸². Segundo Santaella e Lemos (2010, p. 108) as *hashtags* “[...] são indexadores de temas, tópicos e/ou palavras chave que agregam todos os *tweets* que as contêm em um mesmo fluxo [...]”. Ao clicar nessa indexação o interagente têm acesso ao conteúdo publicado por outros interlocutores e não só daqueles que segue. Isto é, “[...] este fluxo comum possibilita a todos os usuários acompanhar a discussão de um tema e/ou divulgar informações pertinentes em tempo real (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 108)”.

No âmbito da *social TV* essa característica do Twitter traz ao *backchannel* uma interatividade pluridirecionada. Com indexação de microcontextos em torno das *hashtags*, os telespectadores interagentes conseguem unificar o fluxo e, conseqüentemente, multiplicar suas interações durante a exibição da grade de programação.

²⁸¹Disponível em: <http://observatoriodoaudiovisual.com.br/ae-produz-conteudo-exclusivo-para-a-segunda-tela/> Acesso em: 11 set. 2016.

²⁸²Primo (2010) pontua que a *hashtag* foi criada por Nate Ritter em 2007. O usuário do *microblog* usou o recurso espontaneamente para relatar os incêndios ocorridos em San Diego, Estados Unidos. Nate incluiu o sinal ‘#’ antes da palavra *sandiegofire* para contextualizar informações publicadas por ele. A indexação foi rapidamente adotada por outros usuários e acabou incorporada pela arquitetura informacional da rede social.

O canal estadunidense Fox foi o primeiro, na área do entretenimento, a adotar as *hashtags* como estratégia de divulgação de suas séries. Desde o final de 2011 todas as produções da emissora possuem uma indexação que é exibida no canto da tela enquanto a trama está no ar. Ao promover a *hashtag* de forma contínua, o canal faz com que o *buzz* em torno do programa não seja fragmentado, estabelecendo um fluxo único na rede social. Como ressaltam Proulx e Shepatin (2012, p. 17),

Está se tornando cada vez mais comum as emissoras exibirem as *hashtags* do Twitter na tela da televisão. Isso indica que já existe uma conversa *backchannel* ocorrendo na rede social, assim cria-se uma espécie orientação para que os telespectadores participem e tuítem suas impressões. As indexações amplificam o *backchannel* de uma forma muito simples²⁸³.

De acordo com Aversa (2014) na *social TV* a *hashtag* possui cinco funções: identificar o programa, estimular a discussão, incitar resposta emocional, promover eventos especiais e incentivar o engajamento contínuo (SIGILIANO *apud* AVERSA, 2016). A autora afirma que as indexações criadas pelos canais podem ser *hashtags* gerais e *hashtags* específicas. A primeira categoria reproduz na íntegra ou parcialmente o título da atração, como exemplo, *#Arrow*, *#MrRobot* e *#HTGAWM (How to get away with murder)*. Já indexação específica faz alusão ao título do episódio que está sendo exibido no dia, ao casal da trama ou aos arcos narrativos da história. Segundo Aversa (2014), esse tipo *hashtag* desperta no público uma identificação afetiva, como uma espécie de ‘piada interna’. Atualmente todas as narrativas ficcionais seriadas estadunidenses possuem uma indexação, a *tag* é veiculada na televisão durante a exibição do programa e compõe os materiais de divulgação, tais como banners, publicações em redes sociais e vídeos promocionais.

Por fim, a última característica da arquitetura informacional do Twitter que vai ao encontro da *social TV* é a limitação do espaço textual. A rede social é classificada por Santaella e Lemos (2010, p.111) como uma micromídia, por apresentar uma limitação de postagem de até 140 caracteres²⁸⁴. Segundo Dijck (2013, p.70), esse aspecto está relacionado com o propósito inicial de criação da plataforma.

²⁸³ It is becoming commonplace and best practice for TV shows to display onscreen Twitter hashtags. This serves as both an acknowledgment that there is already a backchannel conversation taking place on Twitter, as well as an instructional prompt for viewers to join in by tweeting their own thoughts. It creates a backchannel amplification effect with a very simple execution.

²⁸⁴ Desde o dia 19 de setembro de 2016 conteúdos como vídeos, fotos, GIFs e links não são contados do limite de 140 caracteres da postagem.

Quando o Twitter foi lançado, ninguém sabia ao certo como defini-lo. Anunciado como o 'SMS da Internet', a plataforma permite que os usuários enviem e recebam mensagens de até 140 caracteres. Os tuítes foram conceituados como uma mistura do SMS, do telefonema, do e-mail e do weblog. Entretanto menos complicado de manter que um blog, menos pessoal do que falar com uma pessoa pelo telefone, menos formal do que o e-mail e menos elaborado do que a maioria dos sites de redes sociais²⁸⁵.

Nesse sentido, a restrição textual do *microblogging* permite que telespectador interagente leia os tuítes sem comprometer o seu entendimento sobre o programa que está no ar. Ou seja, a rede social facilita a interação simultânea do público no ambiente da *social TV*, os textos curtos permitem que os conteúdos sejam lidos de maneira sucinta sem tornar a experiência televisiva esquizofrênica.

Todas estas características que compõem a arquitetura informacional do Twitter fazem do *microblogging* a plataforma central da *social TV*, pois facilitam e potencializam o compartilhamento de impressões de maneira síncrona a exibição da grade de programação. É importante frisar que apesar da delimitação de cada uma das características da rede social e a sua correlação com o fenômeno, elas não devem ser compreendidas de maneira isolada, afastadas de qualquer sinergia. Isto é, a temporalidade *always on*, o foco da interação social, a indexação de ideias em torno de *hashtags* e a limitação do espaço textual estão interpenetradas em cada conteúdo publicado pelos telespectadores interagentes.

3.5 O BACKCHANNEL E O LAÇO SOCIAL

O ambiente da *social TV* retoma a experiência televisiva da década de 1950, porém ao invés de assistir aos conteúdos com os amigos, os familiares e os colegas de trabalho, o público se reúne virtualmente nas plataformas digitais. Nesse sentido, o telespectador pode até assistir o programa individualmente, mas ao acessar esses espaços estará conectado a vários espectadores que, assim como ele, também estão acompanhando naquele momento a mesma atração.

Hoje em dia, os sites de redes sociais é que permitem a garantia de que vemos a mesma coisa, numa mesma época em que, por causa da multiplicidade de canais, não se pode dizer isso naturalmente. [...] Finalmente, as redes sociais contribuem a elaborar essas comunidades

²⁸⁵ When Twitter first arrived on the scene, nobody really knew how to define it. Touted as the 'SMS of the Internet', the technology allowing users to send and receive text-based messages of up to 140 characters known as tweets was characterized as something between a short message service, phone call, an e-mail, and a blog: less cumbersome than keeping a blog, less exclusive than talking to one person on a phone, less formal than e-mail exchange, and less elaborate than most social network sites.

imaginárias às quais a televisão nos tinha habituado e estavam em vias de desaparecer (JOST, 2011, p. 102)

As plataformas digitais da *social TV* engendram novas possibilidades para a experiência compartilhada. A conversação em rede gerada durante a exibição da grade de programação propicia o surgimento do *backchannel*. Inicialmente o termo *backchannel* era usado para descrever conversas orais paralelas como, por exemplo, quando um palestrante fala e um pequeno grupo na platéia repercute entre eles o evento (YNGE, 1970, p. 569). Entretanto, segundo Ross, Terras, Warwick e Welsh (2011), com a popularização das redes multimodais, principalmente o Twitter, o termo passou a se referir à conversação gerada durante um acontecimento (shows, notícias, eventos ao vivo, programas televisivos, etc.). De acordo com os autores, esses relatos simultâneos postados nas redes sociais não se restringem a um grupo fechado de usuários. Isto é, os interagentes compartilham o mesmo contexto, porém não precisam necessariamente se conhecer.

Tendo como base as discussões de Ynge (1970) Proulx e Shepatin (2012, p. 11) cunharam o termo *television backchannel*²⁸⁶, como discutimos anteriormente, o termo se refere ao canal²⁸⁷ secundário de compartilhamento de conteúdo formado durante a exibição de um programa televisivo. Nessa perspectiva, o *backchannel* conecta a experiência individual do telespectador a inúmeros interagentes nas plataformas digitais, potencializando a experiência compartilhada. Como pontuam Proulx e Shepatin (2012, p. 15), “O conteúdo não pode mais ser contido dentro dos fusos horários. O *backchannel* dissolveu os limites geográficos de forma ampla, pública e de alcance massivo²⁸⁸”.

Nesse sentido, a *social TV* não só resgata a experiência compartilhada como propicia a expansão da conversação em torno da grade de programação, em que o efeito de presença se materializa nas redes digitais fazendo com que as reuniões invisíveis dos telespectadores se tornem tangíveis.

²⁸⁶ O termo completo ‘*television backchannel*’ só é usado uma vez por Proulx e Shepatin (2012) no livro *Social TV – How marketers can reach and engage audiences by connecting television to the web, social media, and mobile*. Os autores adotam o conceito completo apenas para explicá-lo de forma detalhada, posteriormente, no decorrer da obra, é usado apenas ‘*backchannel*’. Desta forma, neste trabalho iremos usar o termo ‘*backchannel*’ e não ‘*television backchannel*’.

²⁸⁷ O conceito também pode ser traduzido como “canal por trás do canal” (DALMONTE, 2015).

²⁸⁸ Content can no longer be contained within time zones. The backchannel has shattered geographical boundaries in a very open, public, and mass reach way.

Além de resgatar e engendrar novas possibilidades ao *watercooler*, a *social TV* reforça o conceito de laço social. Wolton (1996) afirma que a noção de laço social foi formulada por Durkheim e pela escola francesa de sociologia. Segundo o autor, as discussões em torno do conceito tinham uma perspectiva voltada para as práticas sociais institucionalizadas (trabalho, educação, família, etc.). Posteriormente, a noção de laço social foi utilizada e ampliada pela antropologia cultural e, neste âmbito, a televisão é um dos principais exemplos.

Wolton (1996) pontua que a TV generalista se constitui um laço social em dois sentidos. O primeiro se refere ao fato “[...] de que o espectador, ao assistir televisão, agrega-se a esse público potencialmente imenso e anônimo que a assiste simultaneamente, estabelecendo assim, como ele, uma espécie de laço invisível” (WOLTON, 1996, p.124). Este laço silencioso cria um conhecimento comum (*common knowledge*) entre os telespectadores e entre as diferentes comunidades que constituem uma sociedade. Já o segundo sentido aponta que a TV é o ‘espelho da sociedade’. Neste contexto “[...] a televisão cria não apenas uma imagem e uma representação, mas oferece um laço a todos aqueles que a assistem simultaneamente” (WOLTON, 1996, p. 124).

Entretanto apesar de surgir no ambiente de convergência, o que se observa na *social TV* é a potencialização do laço silencioso e invisível da televisão. Isto é, se Wolton (1996) pontua o entendimento do laço social enquanto uma experiência compartilhada que aproxima os telespectadores e as diferentes comunidades que constituem uma sociedade estabelecendo assim um conhecimento comum, o fenômeno não só reforça este aspecto da televisão, tão enfraquecido pelo consumo individual e pela fragmentação da audiência, mas estabelece ressignificações a experiência televisiva a partir da arquitetura informacional das redes multimodais.

Essa potencialização do laço social dialoga diretamente com o conceito de ciber-socialidade. Lemos (1997, 2013) defende que a tecnologia digital contemporânea engendra novas formas de socialidade e de vínculos comunitários. Para discutir essa questão o autor apoia-se nos estudos de Maffesoli (1999, 2010). Segundo Maffesoli (2010) o conceito de socialidade é definido em oposição ao de sociabilidade. Nesse contexto, a sociabilidade se refere às relações institucionalizadas e formais da sociedade, tais como hábitos, regras e costumes. Esses padrões podem ser observados, por exemplo, quando os frequentadores de um cinema ficam em silêncio para assistir ao filme ou quando os clientes de um banco respeitam a fila de atendimento. Já a

socialidade não se submete a uma lógica racional e institucionalizada, mas a uma ligação emocional e afetiva. De acordo com Maffesoli (2010) o conceito é enraizado no presente, se materializando em engajamentos efêmeros em torno do sentimento de ‘estar junto’.

É nesse contexto que se configura a ciber-socialidade, uma estética social alimentada pelas tecnologias do ciberespaço (LEMOS, 1997, p.6). Cunhado por Lemos (1997, 2013), o termo representa a imbricação da socialidade de Maffesoli (1999, 2010), pautada pela partilha de sentimentos e emoções, com a cibercultura. Ao migrarem para as plataformas digitais, as atividades socializantes são ampliadas, como explica Lemos (2013, p.87), “As tecnologias do ciberespaço vão potencializar a pulsão gregária, agindo como vetores de comunhão, de compartilhamento de sentimentos e de religião comunitária”.

A ciber-socialidade que permeia as plataformas digitais contribui para ampliação do laço social. Conforme explicam Santaella e Lemos (2010), as discussões nas redes multimodais surgem e desaparecem instantaneamente, entretanto geram um fórum global de debate e colaboração. Nesse sentido, ao se configurar no ciberespaço a *social TV* propicia a ressignificação da experiência televisiva. Em que o fenômeno não só possibilita a amplificação do *watercooler*, mas engendra a formação de comunidades de ocasião e de teias colaborativas, como iremos discutir no estudo de caso do *backchannel* da décima temporada de *The X-Files*.

4. O LAÇO SOCIAL NO *BACKCHANNEL* DE *THE X-FILES*

Este trabalho tem como objetivo geral discutir de que forma a *social TV* reforça o conceito de laço social de Wolton (1996). Isto é, ao entrelaçar o fluxo televisivo e a temporalidade *always on* do Twitter, o fenômeno não só potencializa o laço social, mas ressignifica a experiência televisiva. Já o objetivo específico consiste na reflexão das ações de *social TV* adotadas pela Fox. Nesse contexto, discutiremos quais os recursos usados pela emissora para engajar os telespectadores e como as publicações enfatizam a experiência coletiva e dialogam com o universo ficcional da trama.

Para a discussão dessas questões realizamos um estudo de caso das estratégias promovidas pela emissora estadunidense para a décima temporada da série *The X-Files* e dos conteúdos (comentários, memes, fotos, montagens, etc.) compartilhados pelos telespectadores interagentes durante a exibição dos episódios do programa.

As reflexões apoiam-se no universo ficcional da trama e no *backchannel*, em outras palavras de um lado nós temos o conteúdo que está sendo veiculado na televisão e de outro a conversação gerada no Twitter enquanto a atração está no ar. Nesse sentido, é a junção desses dois pontos que nos é pertinente, os arcos narrativos que pautaram os tuítes e os contextos debatidos no *microblogging* durante a exibição de *The X-Files*.

A abordagem metodológica utilizada no monitoramento e na coleta de dados deste trabalho está alicerçada sob dois eixos inter-relacionados: as ações de engajamento realizadas pela emissora estadunidense Fox para a décima temporada de *The X-Files* e os conteúdos (comentários, memes, fotos, vídeos, etc.) postados no Twitter de maneira síncrona à exibição dos seis episódios da série nos Estados Unidos.

O monitoramento das estratégias desenvolvidas pela Fox teve início no dia 14 de junho de 2015 e se estendeu até o dia 14 de novembro de 2016. Dessa forma, o recorte nos permitiu acompanhar tanto as ações que antecederam a estreia do programa quanto as realizadas após o término da décima temporada. Como iremos discutir adiante, além de ampliar o nosso entendimento sobre o objeto de pesquisa e nos ajudar na reflexão sobre a extensão e aprofundamento do universo ficcional, o monitoramento das ações da emissora foi de extrema importância para o desenvolvimento da metodologia usada na mineração do *backchannel*.

O monitoramento e a coleta de dados das estratégias realizadas pelo canal estadunidense Fox na décima temporada de *The X-Files* foram divididos em quatro

seções: ‘Monitoramento Ações Fox’; ‘Transmídia’; ‘Ações de Engajamento Direcionadas’ e ‘Pré Estreias’.

A seção ‘Monitoramento Ações Fox’ consistiu no acompanhamento das postagens realizadas nos perfis oficiais da série nas redes sociais Facebook²⁸⁹, Snapchat²⁹⁰, Instagram²⁹¹, Twitter²⁹², Tumblr²⁹³, Google Plus²⁹⁴ e no site do programa²⁹⁵. Nesse sentido, observou-se os recursos usados, a correlação das publicações com os arcos narrativos, além da colaboração e participação do público a partir das estratégias de engajamento.

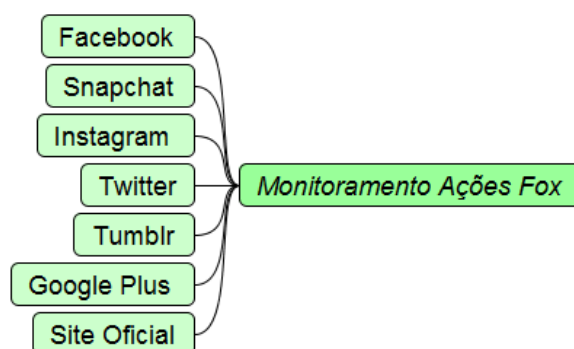


Figura 13: Diagrama da seção ‘Monitoramento Ações Fox’.

A segunda seção é focada nas estratégias transmidiáticas desenvolvidas pela emissora Fox antes da estreia da décima temporada e durante a exibição dos episódios de *The X-Files* nos Estados Unidos. As ações abrangiam distintas plataformas e ofereciam ao telespectador novas perspectivas ao aprofundar e expandir a trama. Os conteúdos contribuíram para o aprofundamento e expansão dos arcos narrativos da atração.

²⁸⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/thexfilesfox>. Acesso em: 16 nov. 2016.

²⁹⁰ Disponível em: @thexfiles. Acesso em: 16 nov. 2016.

²⁹¹ Disponível em: <https://instagram.com/thexfilesfox>. Acesso em: 16 nov. 2016.

²⁹² Disponível em: <https://twitter.com/thexfiles>. Acesso em: 16 nov. 2016.

²⁹³ Disponível em: <http://thexfilesfox.tumblr.com/>. Acesso em: 16 nov. 2016.

²⁹⁴ Disponível em: <https://plus.google.com/u/0/b/109797188583288270101/109797188583288270101/>. Acesso em: 16 nov. 2016.

²⁹⁵ Disponível em: <http://www.fox.com/the-x-files>. Acesso em: 16 nov. 2016.

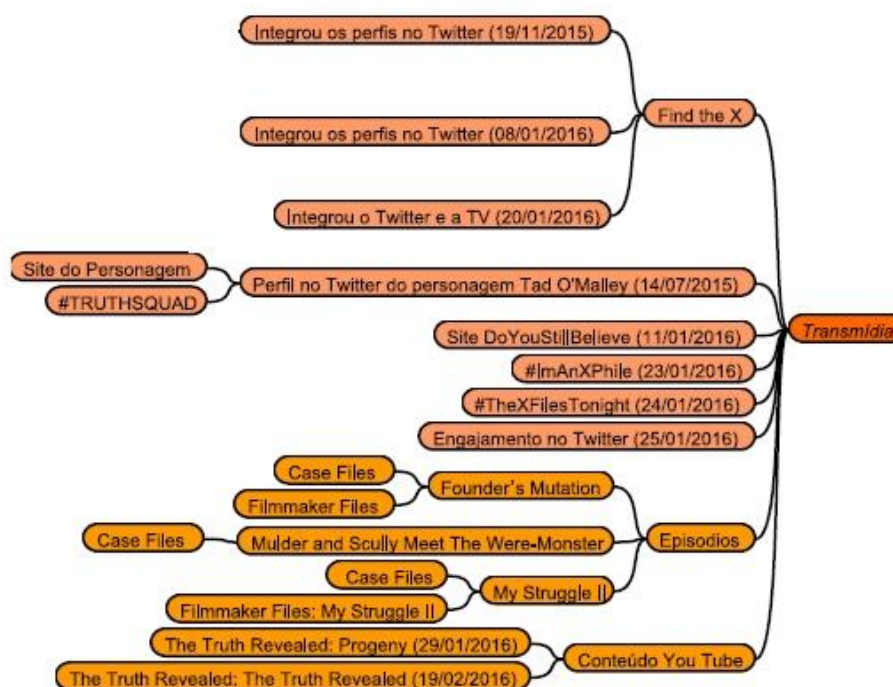


Figura 14: Diagrama da seção ‘Transmídia’.

Já a terceira seção, ‘Ações de Engajamento Direcionadas’, se refere ao monitoramento das ações específicas de engajamento criadas pela Fox. Como, por exemplo, comemoração do Dia da Abóbora (#NationalPumpkinDay), maratona coletiva das nove temporadas da série (#201DaysofTheXFiles), exposição de obras de arte (X Files Art Show), parcerias com aplicativos (Snapchat, Vine, etc.) , bate papo com os atores David Duchovny e Gillian Anderson (Q&A), etc.

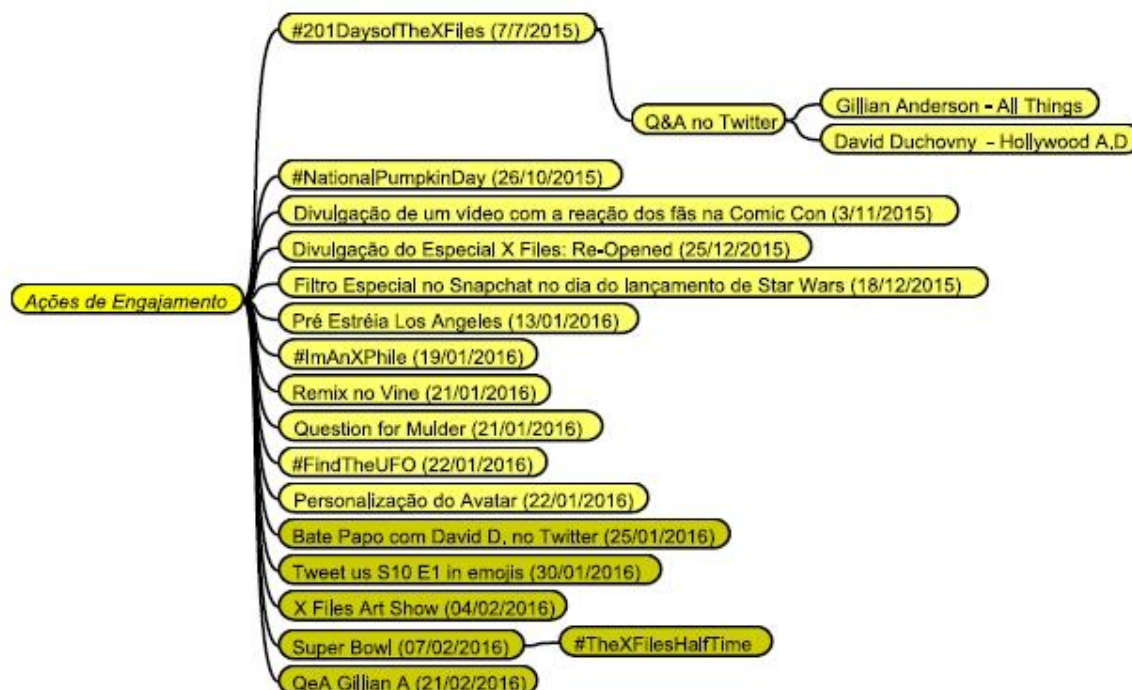


Figura 15: Diagrama da seção 'Ações de Engajamento Direcionadas'.

A quarta e última seção é focada nas pré estreias organizadas para o lançamento da décima temporada de *The X-Files*. Os eventos foram direcionados tanto para os fãs, como a exibição na edição de Nova York da Comic Con, quanto para a imprensa especializada.

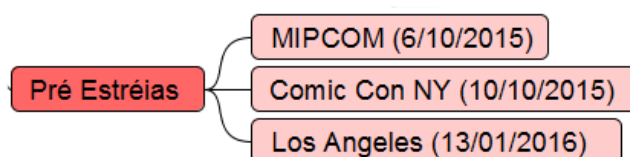


Figura 16: Diagrama da seção 'Pré Estreias'.

O segundo eixo da abordagem metodológica usada no monitoramento e na coleta de dados consiste nos conteúdos (comentários, memes, fotos, vídeos, etc.) postados no Twitter de maneira síncrona à exibição dos seis episódios da série nos Estados Unidos. De acordo com Wasserman e Faust (1994, p. 10), a análise de redes sociais da internet é inerentemente uma prática interdisciplinar. “Seus conceitos foram desenvolvidos por um propício encontro da teoria social e da aplicação da matemática

formal, da estatística e dos métodos computacionais²⁹⁶, (WASSERMAN; FAUST, 1994, p.10). Porém, além de envolver distintas áreas de pesquisa, a abordagem metodológica no âmbito da *social TV* tem o desafio de estar em processo de experimentação. Desta forma, os procedimentos de observação e mineração dos tuítes postados simultaneamente ao fluxo televisivo foram testados em trabalhos anteriores²⁹⁷ e, posteriormente, adaptados para esta pesquisa.

Recuero, Bastos e Zago (2015) afirmam que toda abordagem metodológica que envolve monitoramento, filtragem e análise de dados de RSI são norteadas a partir da definição do problema de pesquisa. Segundo os autores, “Para trabalhar com análise de redes sociais e mídia social, é preciso, primeiro, definir como será feita a coleta de dados diante da questão de pesquisa que será explorada pelo pesquisador” (p.89).

Neste trabalho partimos do seguinte problema de pesquisa: de que forma a *social TV* reforça o conceito de laço social de Wolton (1996). A questão chama a atenção para a conversação, ou seja, as impressões postadas pelos telespectadores interagentes nas redes sociais e nos aplicativos de segunda tela. Nesse contexto, o que nos é pertinente é a análise qualitativa dessas publicações, já que a quantitativa indicaria, por exemplo, o número de comentários, de compartilhamentos, etc.

Conforme já discutido neste trabalho, o Twitter é a plataforma central da *social TV*. De acordo com González-Neira e Quintas Froufe (2014), o *microblogging* concentra grande parte dos comentários sobre a programação televisiva. Entretanto, a escolha da rede social para a análise do *backchannel* também está relacionada com a capacidade de extração de informações a partir de sua API.

²⁹⁶ The concepts of social network developed out of a propitious meeting of social theory and application, with formal mathematical, statistical and computing methodology.

²⁹⁷ SIGILIANO, Daiana; BORGES, Gabriela. *Social TV: a sinergia entre as hashtags e os índices de audiência*. Revista GEMInIS, São Carlos, v.1, n.2, p. 106-119, 2013.

BORGES, Gabriela; SIGILIANO, Daiana. *Ciber-watercooler no Oscar: Discussões sobre a Social TV*. Revista Lumina, Juiz de Fora, v.13, n.2, p. 1-16, 2013.

SIGILIANO, Daiana. *Social TV: o ciber-watercooler de Pretty Little Liars e The Voice*. 2014. 97f. Monografia (Especialização em Jornalismo Multiplataforma - Faculdade de Comunicação Social - Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF, Juiz de Fora, 2014.

BRANDAO Cristina. *et al.*. Cultura participativa na esfera ficcional de O Rebu. In: Maria Immacolata Vassallo de Lopes. (Org.). Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira. 2.ed.Porto Alegre: Sulina, 2015, v. 4, p. 399-437.

BORGES, Gabriela ; SIGILIANO, Daiana. Os Universos Ficcional Transmídia e a Cultura Participativa: Análise da Complexidade Narrativa de O Rebu e sua Repercussão no Twitter. In: Gabriela Borges; Vicente Gosciola; Marcel Vieira. (Org.). Televisão: Formas Audiovisuais de Ficção e de Documentário. Volume IV. 1ed.São Paulo: CIAC / Socine, 2015, v. IV, p. 70-87.

[...] no caso do Twitter, através da sua API, é possível criar aplicações que possam acessar os computadores que mantêm o serviço e assim coletar informações diversas sobre o fluxo de conteúdo que é gerado pelas pessoas que estão conectadas a ele. Em especial, a API do Twitter e a política de privacidade desse serviço são bastante abertas (DOS SANTOS, 2013, p. 99).

Desta forma, os tuítes postados pelos telespectadores interagentes são coletados em sua totalidade, o que não acontece, por exemplo, no Facebook em que a obtenção de métricas é extremamente limitada. Em outras palavras, na rede social “[...] apenas uma parte pequena dos dados são publicados de forma aberta - ou seja, não fechados para amigos e amigos de amigos - pode ser coletada, o que significa que os resultados terão essa tendência” (RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015, p.89)

O monitoramento e a extração dos conteúdos postados no Twitter durante a décima temporada *The X-Files* teve início no dia 24 de janeiro de 2016 e se estendeu até a exibição do último episódio, em 22 de fevereiro de 2016.

Tabela 1: Lista dos episódios que tiveram o *backchannel* monitorado.

Título do episódio	Data de exibição nos EUA
<i>My Struggle</i>	24 de janeiro de 2016
<i>Founder's Mutation</i>	25 de janeiro de 2016
<i>Mulder and Scully Meet the Were-Monster</i>	01 de fevereiro de 2016
<i>Home Again</i>	08 de fevereiro de 2016
<i>Babylon</i>	15 de fevereiro de 2016
<i>My Struggle II</i>	22 de fevereiro de 2016

Fonte: Dados da Pesquisa (2016)

A coleta, abrangendo a Costa Oeste e a Costa Leste dos Estados Unidos, começava 30 minutos antes dos episódios irem ao ar e se estendia até 30 minutos após o encerramento. Nesse sentido, apesar do foco desta pesquisa ser os conteúdos postados no Twitter durante a exibição da décima temporada, a abordagem metodológica abarca todas as fases do *buzz*. Colletti e Materia (2012, p.30-33), afirmam que na *social TV* o *buzz* pode ser dividido em três momentos. O *pre show*, que se refere ao período de maturação do *backchannel*, o *on air* que se estende durante toda a exibição do programa e, por fim temos o *post show*, período em que as publicações no *microblogging* diminuem consideravelmente.

Fragoso, Recuero e Amaral (2011) afirmam que antes do monitoramento e da coleta de dados em RSI é fundamental que o pesquisador realize pré testes. De acordo com as autoras além de poder checar cada etapa da abordagem metodológica, o procedimento auxilia na definição do *corpus* de análise. Antes da estreia da décima temporada de *The X-Files* foram realizados vinte e cinco pré testes. A mineração abrangeu os tuítes postados durante o lançamento de todos os vídeos promocionais da série, os bate papos com David Duchovny e Gillian Anderson promovidos pelo perfil @thexfiles, o lançamento das ações de engajamento (sites, vídeos especiais, etc.) e as direcionadas para o Twitter, além dos conteúdos transmídia.



Figura 17: Diagrama dos pré testes realizados antes do monitoramento e coleta dos tuítes postados durante a exibição da décima temporada de *The X-Files*.

A partir dos pré testes que antecederam a estreia da décima temporada de *The X-Files*, pudemos ajustar a abordagem metodológica do monitoramento e a coleta de dados, isto é, verificar o funcionamento de cada uma das plataformas e, principalmente,

o resultado da mineração. Os procedimentos também auxiliaram na definição dos parâmetros de filtragem, tais como palavras-chave, indexações e perfis.

O monitoramento e a coleta dos conteúdos postados de maneira síncrona à exibição da décima temporada de *The X-Files*, nos Estados Unidos, tem como fonte de extração de dados a API do Twitter, ou seja, o conjunto de rotinas, padrões e instruções de programação. A partir dessa base de informações, as postagens relacionadas ao contexto da série foram projetadas no Tweet Deck²⁹⁸. Em outras palavras, o aplicativo nativo da rede social é que permite a filtragem e a visualização dos tuítes.

Através da interface do Tweet Deck organizamos cinco colunas de mineração de dados: 1) indexação e palavras-chave; 2) perfis oficiais; 3) perfis de fãs; 4) perfis do elenco e da equipe técnica; 5) perfis de fãs clubes e sites especializados.

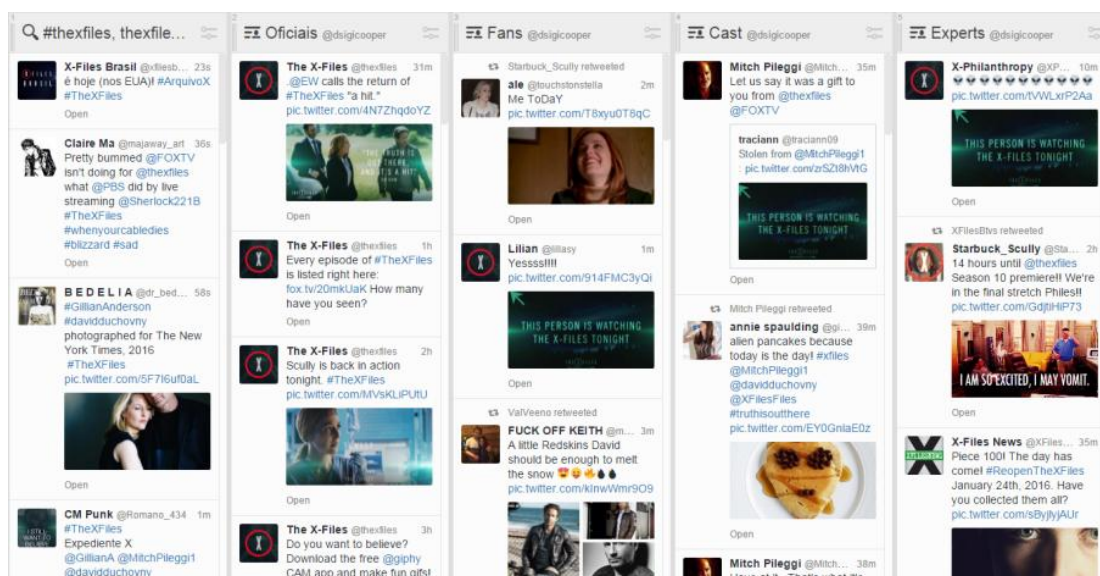


Figura 18: Colunas de mineração dos tuítes (Interface Tweet Deck).

A primeira coluna filtrava todas as postagens contendo as *hashtags* oficiais do programa e as palavras-chaves relacionadas ao mesmo. De acordo Dan, Feng e Davision (2011), é importante que os termos delimitados pelo pesquisador não estejam vinculados a contextos externos ao objeto de análise. Nesse sentido, as palavras-chave estavam ligadas ao título do programa e dos episódios. As indexações seguiam a mesma abordagem metodológica, as *hashtags* genéricas reproduziam o nome da série e as específicas faziam alusão ao título e/ou arco narrativo do episódio exibido na semana. Já

²⁹⁸ Disponível em: <https://tweetdeck.twitter.com/>. Acesso em: 21 nov. 2016.

a segunda coluna espelhava o perfil²⁹⁹ da série e do canal Fox na rede social. Porém, durante a exibição da trama somente o @thexfiles realizou a publicação de conteúdos, a página da emissora apenas retuitava (RT) as postagens.

A terceira coluna de mineração reunia 50³⁰⁰ perfis de fãs de *The X-Files*. Segundo Donath (1999) e Recuero (2009) assim como acontece na comunicação face a face, no ciberespaço os interagentes também buscam recursos de individualização. Recuero (2009) afirma que nas RSI, a escolha do avatar, a personalização do perfil, as temáticas abordadas nas publicações e a escolha do *nickname*³⁰¹ são algumas das formas de representação dos interagentes nas mídias sociais.

Nesse contexto, a seleção dos perfis dos fãs da série foi realizada a partir de três critérios: atividade do perfil, contexto do perfil e índice de produção (RECUERO, 2009, 2014; ZUELL; PRERADOVIĆ, 2013). O primeiro critério está relacionado ao número de postagens diárias dos perfis sobre *The X-Files*. Durante os três meses (de outubro de 2015 a dezembro de 2015) que antecederam a exibição da décima temporada, cada um dos 50 perfis postou pelo menos quatro tuítes diários sobre o programa. O segundo critério de seleção se refere à identidade visual do perfil e como o mesmo indicava a relação ávida do usuário com *The X-Files*. Desta forma, todos os perfis selecionados tinham o avatar, o plano de fundo e/ou o *nickname* fazendo alusão a algum ponto do universo ficcional da atração. Por fim, no critério índice de produção o usuário tinha que produzir conteúdo e interagir com outros perfis.

Já a quarta coluna reúne os perfis³⁰² do elenco e da equipe técnica de *The X-Files* e a quinta inclui os fãs clubes oficiais³⁰³. Os perfis dos fãs clubes da série podem ser classificados como *experts*. De acordo com Santaella e Lemos (2010, p.69), os *experts* são conhecidos amplamente em suas áreas de atuação e geram fluxo instantâneo na rede. Além de mobilizarem o público de *The X-Files*, os perfis dos fãs clubes também

²⁹⁹ @thexfiles e @foxtv.

³⁰⁰ @blackwoodcipher, @xfultimate, @thexfilesscenes, @Duchovniacs, @filedunderx, @Anne_Gillovny, @philepop1013, @xfilesjp, @xfilesaps, @XFilesFiles, @believeinxfiles, @Starbuck_Scully, @danakmulders, @MulderFan, @mametowns, @mj_scully, @LadieFantastic, @DenialLove, @Gi82ll, @xKat18x, @GillianANetwork, @fuckuufknfucker, @HarmonyAndGrace, @GWomanDoubleD, @ElenaXF3, @drscullys, @itstatianam_, @oliviabenSLAY, @snakey973, @rraphs, @Fans_Of_XFiles, @ashok0, @XFiles3in2012, @gabrsalnews, @Hailmo, @Haddefinir, @megswaggmoney, @Boston3346, @JossaDosBichos, @waltfrasier, @phxl oaz, @AviQuijada, @Synergy3k, @CHFfan30, @ValVeen0, @lillasy, @damoshma, @gilly2887, @punkscuII y, @XFiles_Geekery, @thatgirlxf.

³⁰¹ Apelido que identifica o usuário em um sistema.

³⁰² David Duchovny @davidduchovny, Gillian Anderson @GillianA, Annabeth Gish @annabethgish, Annet Mahendru @AnnetMahendru, Kumail Nanjiani @kumailn, Joel McHale @joelmchale, Robbie Amell @RobbieAmell, Mitch Pileggi @MitchPileggi1.

³⁰³ Filed Under X @filedunderx, X-Philanthropy @XPhilanthropy, X-FilesMemories @XFilesMemories, XFilesBtvs @XFilesBtvs, XFileslexicon @XFileslexicon, X-Files News @XFilesNews.

possuem um capital social³⁰⁴ elevado, gerando reconhecimento e credibilidade entre os telespectadores interagentes.

A partir da delimitação das indexações, das palavras-chaves e dos perfis de monitoramento, os tuítes publicados enquanto a décima temporada de *The X-Files* estava no ar foram capturados através do Snagit³⁰⁵. Como o volume de dados gerados durante cada um dos episódios era grande, usamos o programa para gravar a interface do Tweet Deck. Dessa forma, 45 minutos de episódio equivalem a 45 minutos em vídeo do *backchannel*. Após a captura dos conteúdos compartilhados de maneira síncrona à exibição de *The X-Files* realizamos a mineração e análise dos tuítes. Esse processo, que se estendeu por 127 dias, consiste na observação individual das publicações por meio dos vídeos gerados no Snagit.

Em um primeiro momento focamos em filtrar os 85 mil tuítes postados pelos telespectadores interagentes e os 463 tuítes gerados pela Fox, e separá-los em categorias para chegarmos ao *corpus* de análise. A mineração, feita a partir da visualização das capturas do Snagit, indicou que das 463 publicações do perfil da série no Twitter, 372 eram menções a outras páginas na rede social e 91 eram postagens sem menção. Já dos 85 mil tuítes compartilhados pelos telespectadores interagentes, 41 mil eram retuítes (RTs) de outros perfis do *microblogging*, 33 mil abarcavam tuítes que repercutiram os acontecimentos da trama e 11 mil abrangiam postagens automáticas de aplicativos de *check in* televisivo, comentários usando somente as indexações do programa, tais como *#thexfiles*, *#thexfilestime*, *#mystruggle*, e mensagens com opiniões sucintas, como, por exemplo, ‘muito ruim esse episódio de *#thexfiles*’, ‘ótimo *#thexfiles*’, ‘*The X-Files* é a melhor série’, etc.

Após essa mineração chegamos ao *corpus* de análise com 33 mil tuítes publicados pelos telespectadores interagentes e 463 tuítes postados pelo perfil da série.

Tabela 2: Tuítes que foram analisados no estudo de caso.

Corpus de Análise (décima temporada de <i>The X-Files</i>)	
Telespectadores Interagentes	33 mil tuítes
Perfil Oficial da série	463 tuítes

³⁰⁴ “Refere-se a um valor constituído a partir das interações entre os atores sociais.” (RECUERO, 2009, p.45).

³⁰⁵ Disponível em: <http://snagit.softonic.com.br/>. Acesso em: 27 nov. 16.

Fonte: Dados da Pesquisa (2016)

Posteriormente, a partir do *corpus* analisamos individualmente cada um dos tuítes e correlacionamos com os arcos narrativos exibidos nos episódios da décima temporada de *The X-Files* e com o universo ficcional do programa. Nessa etapa foi possível identificar os contextos que estavam sendo discutidos na *social TV* e as ressignificações engendradas no *backchannel*. Por fim, realizamos a sistematização das análises e iniciamos o estudo de caso que será apresentado neste capítulo.

4.1 THE X-FILES: UM FENÔMENO CULTURAL

Em meados da década de 1990 a Fox³⁰⁶ tentava se estabelecer na indústria televisiva estadunidense. Enquanto os canais NBC, CBS e ABC estavam preocupados com a fragmentação da audiência causada pela popularização da TV a cabo, a emissora investia na ampliação de sua grade de programação. Como observa Johnson (2005, p. 61), “[...] a Fox era um canal novo, as suas estratégias eram diferentes das adotadas pelas emissoras que já estavam estabelecidas há algum tempo³⁰⁷”. Após ter alcançado significativos índices de audiência com as tramas *Simpsons* (1989-presente, Fox), *Married...with Children* (1987-1997, Fox) e *Beverly Hills, 90210* (1990-2000, Fox) o canal estadunidense buscava uma série dramática para atrair o público de 18 a 49 anos (CALDWELL, 1995; MITTELL, 2010). Segundo Reeves, Rodgers e Epstein (1996) a Fox alçava atingir a faixa etária dos programas *Roseanne* (1988-1997, ABC), *Home Improvement* (1991-1999, ABC) e *Mystery Science Theater 3000* (1988-1999, Comedy Central), entretanto os formatos dessas produções exigiam custos que estavam além do orçamento do canal.

Depois de um longo processo de *pilot season*³⁰⁸ a Fox decidiu produzir duas atrações, *The X-Files* (1993), de Chris Carter, e *The Adventures of Brisco County* (1993), de Jeffrey Boam e Carlton Cuse. Os programas competiam diretamente com a

³⁰⁶ A Fox Broadcasting Company, popularmente chamada de Fox, foi inaugurada durante a *Network-Era*, a segunda fase da TV comercial estadunidense, em 1986 (LOTZ, 2007).

³⁰⁷ As a consequence of Fox's position as new network, the production strategies that it adopted differed from those of the three established networks.

³⁰⁸ Segundo Bennett (2014, p.64-68), o *pilot season* é um sistema de *pitch* anual, em que os criadores, produtores e roteiristas de ficção seriada se reúnem com as emissoras e estúdios para apresentarem seus projetos.

grade de *sitcons* da ABC exibida às sextas-feiras a partir das 20 horas (JOHNSON, 2006).

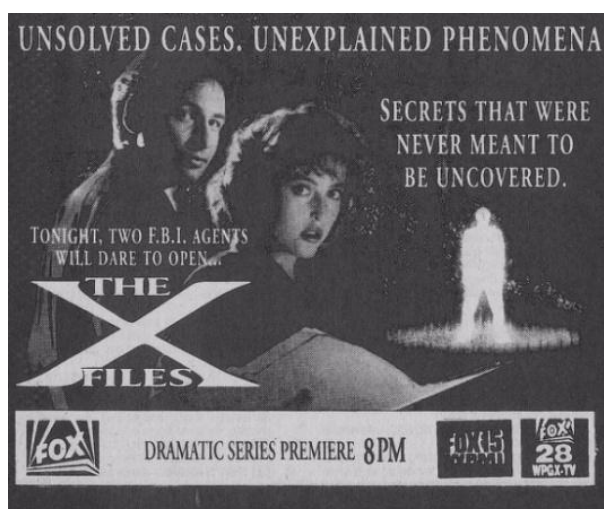


Figura 19: Anúncio da estreia de *The X-Files* publicado em um jornal estadunidense em 1993.

Fonte: Twitter³⁰⁹.

Apesar de ambas as séries apresentarem elementos de ficção científica, *The Adventures of Brisco* foi cancelada pela Fox logo após a exibição de sua primeira temporada em decorrência dos baixos índices de audiência, já *The X-Files* rapidamente chamou a atenção do público, o episódio de estreia foi assistido³¹⁰ por 12 milhões de telespectadores (PORTER & PORTER, 2010, p.15-21). De acordo com Lavery, Hague e Cartwright (1996), e Reeves, Rodgers e Epstein (1996) essa adesão instantânea por parte do público não foi por acaso, a trama de Chris Carter refletia a realidade política dos Estados Unidos na época, dialogava diretamente com histórias de sucesso e apresentava estéticas até então inéditas nas narrativas ficcionais seriadas televisivas.

A trama de *The X-Files* é centrada nos agentes do FBI Fox Mulder (David Duchovny) e Dana Scully (Gillian Anderson). Os personagens investigam casos não solucionados envolvendo fenômenos paranormais e/ou sem explicação científica, conhecidos como *x-files*. Porém, à medida que as investigações avançam Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) descobrem uma rede de conspiração envolvendo o governo estadunidense. Isto é, as agências FBI, CIA e NASA omitem da população as reais informações dos casos classificados como *x-files*. Segundo Lavery, Hague e Cartwright (1996), esse arco narrativo que permeia todo o universo ficcional da

³⁰⁹ Disponível em: <https://twitter.com/RetroNewsNow/status/774797484371668992>. Acesso em: 3 out. 2016.

³¹⁰ Disponível em: http://anythingkiss.com/pi_feedback_challenge/Ratings/19930531-19930919_TV RATINGS.pdf#page=15. Acesso em: 3 out. 2016.

série refletia a mentalidade do cidadão estadunidense da época, que depois de vários escândalos perdeu a confiança nas instituições governamentais. Em entrevista ao site Mental Floss (2014), Chris Carter afirma que se inspirou no caso de Watergate³¹¹ para criar *The X-Files*.

Tudo começou com o Watergate, foi a partir daí que comecei a desenvolver uma certa desconfiança do governo. Em 1974, quando Nixon renunciou também vivenciamos uma nova onda de desconfiança em relação às autoridades, e *The X-Files* capitalizou tudo isso³¹² (MARSHALL, 2014).

Porém, não foi só a situação política dos Estados Unidos que inspirou Carter, de acordo com Johnson (2005, p.63) o criador da trama sentia falta de narrativas televisivas que explorassem o horror e o suspense. O autor afirma que até a estreia de *The X-Files*, em setembro de 1993, a grade de programação não apresentava histórias norteadas pelo mistério, pelo horror e, principalmente, com elementos cenográficos que contribuíssem para a verossimilhança da trama como, por exemplo, efeitos especiais e caracterizações mais apuradas.

The X-Files acabou chamando a atenção da Fox porque oferecia algo diferente dos outros programas, explorava o horror, mas sem mostrar cenas explícitas de violência. Isso fez com que a emissora preenchesse um vazio deixado na grade de programação³¹³ (JOHNSON, 2005, p.63).

Apesar de ter estabelecido uma dinâmica até então inédita na TV, que será discutida posteriormente, os personagens Dana Scully (Gillian Anderson) e Fox Mulder (David Duchovny) apresentam perfis já consagrados pelo público (REEVES; RODGERS; EPSTEIN, 1996; MALACH, 1996; MCLEAN, 1998). Dana Katherine Scully, interpretada pela atriz Gillian Anderson, é graduada em física e em medicina, e especializada em medicina forense. Na trama ela é designada para os casos classificados como *x-files* com o objetivo de desqualificar as investigações de Fox Mulder (David Duchovny). Entretanto, Scully (Gillian Anderson) descobre uma série de conspirações em torno dos casos e se junta a Mulder (David Duchovny) para denunciar os verdadeiros culpados.

³¹¹ Disponível em: <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/politics/special/watergate/timeline.html>. Acesso em: 5 out. 2016.

³¹² I always liken myself to a child of Watergate, and that's where I developed my kind of distrust of the government. It was 1974 when Nixon resigned, but I still think there was a residual distrust of authority, and *The X-Files* capitalized on that.

³¹³ The implication is that *The X-Files* appealed to Fox because it offered something different from the other networks (horror), in a new way (without 'lots of blood'), allowing Fox to fill a void left open by its competitors.

De acordo com Reeves, Rodgers e Epstein (1996, p. 32), a personagem de *The X-Files* possui uma semelhança com Clarice Starling, dos romances *Red Dragon*³¹⁴ (1981) e *Silence of the Lambs*³¹⁵ (1988), de Thomas Harris. O universo ficcional de Harris se popularizou após a adaptação para o cinema de *Silence of the Lambs*, em 1991. Interpretada por Jodie Foster, Clarice Starling é uma jovem estagiária do FBI que trabalha em casos envolvendo *serial killers*.

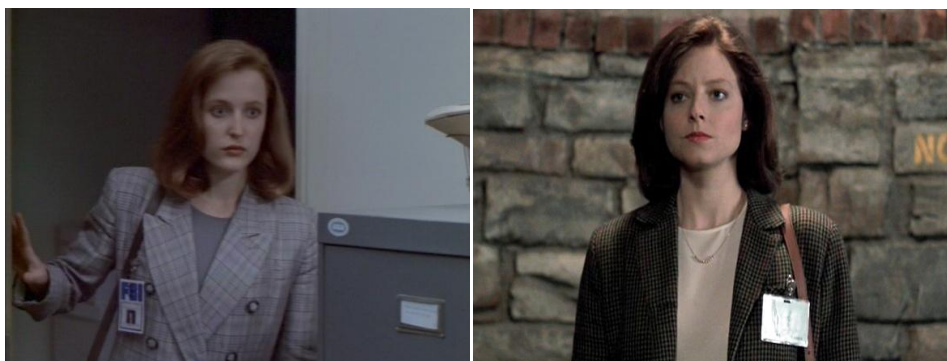


Figura 20: As correlações entre Dana Scully (Gillian Anderson) e Clarice Starling (Jodie Foster) abrangem desde o perfil das personagens até os elementos cênicos, como figurino e corte de cabelo.

Fonte: The X-Files Wiki³¹⁶.

Assim como Starling, Scully (Gillian Anderson) dedicou boa parte de sua vida aos estudos, permeou por distintas áreas de conhecimento e apesar de estar inserida em um ambiente masculino, foge do estereótipo da mulher frágil e em constante perigo. Como explicam Reeves, Rodgers e Epstein (1996, p. 32),

Dana Scully, foi claramente influenciada por Starling de *Silence of the Lambs*. A personagem representa em muitos aspectos o clássico herói cientista e especialista forense presente na ficção. Outro ponto de interseção entre Scully e Starling é que mesmo tendo o domínio do método científico, elas se aventuram fora de sua especialidade³¹⁷.

Essa imbricação entre as personagens é tão nítida, que os episódios *Beyond the Sea*³¹⁸ e *The Truth*³¹⁹ possuem falas retiradas diretamente de *Silence of the Lambs* (LOWRY; CARTER, 1995, p. 33-35).

³¹⁴ Dragão Vermelho em português.

³¹⁵ O Silêncio dos Inocentes em português.

³¹⁶ Disponível em: http://x-files.wikia.com/wiki/Silence_of_the_Lambs Acesso em: 8 out. 2016.

³¹⁷ Dana Scully, clearly patterned after Starling in *Silence of the Lambs*, represents in many ways the traditional scientist hero of classic sci-fi. She is an expert in one scientific area, forensic pathology, but has a mastery of the scientific method that allows her to venture outside her specialty.

³¹⁸ Décimo terceiro episódio da primeira temporada, exibido no dia 7 de janeiro de 1994.

Porém, não foi apenas Dana Scully (Gillian Anderson) que despertou a memória afetiva do público, segundo Reeves, Rodgers e Epstein (1996), e Malach (1996) a estreia de *The X-Files* gerou comparações instantâneas com *Twin Peaks*. Os autores afirmam que as semelhanças entre o universo ficcional de Chris Carter e o de David Lynch e Mark Frost abrangem desde elementos visuais até características narrativas.

Intitulado *Pilot*³²⁰, o primeiro episódio da primeira temporada de *The X-Files* mostra Karen Swenson, desnorreada, correndo pela floresta na cidade de Bellefleur, no estado de Oregon. No dia seguinte o corpo de Swenson é encontrado pela polícia local, a morte da adolescente é permeada por questões sobrenaturais e o caso é designado para Fox Mulder (David Duchovny) e sua nova parceira, Dana Scully (Gillian Anderson). Conforme explicam Reeves, Rodgers e Epstein (1996, p.32-33), o ambiente úmido e de pouca visibilidade, o assassinato de uma jovem e a pequena cidade longe das grandes metrópoles remetiam, mesmo que indiretamente, ao episódio de estreia de *Twin Peaks* e, conseqüentemente, ao assassinato de Laura Palmer (Sheryl Lee).

As imbricações casuais entre as duas narrativas ficcionais seriadas também podem ser observadas na escolha do elenco de *The X-Files* e no perfil dos personagens. Os atores Michael Horse, Michael J. Anderson e Don S. Davis estiveram em ambas as produções e interpretaram figuras semelhantes como, por exemplo, Davis, que deu vida há um militar nas duas tramas. O único que se distancia do personagem interpretado em *Twin Peaks* é David Duchovny que viveu a transgênero Denise Bryson.



Figura 21: Atores David Duchovny, Don S. Davis, Michael J. Anderson e Michael Horse estiveram no elenco de *Twin Peaks* e de *The X-Files*.

Fonte: The X-Files: Eat The Corn³²¹.

³¹⁹ Vigésimo episódio da nona temporada, exibido em 19 de maio de 2002.

³²⁰ Exibido nos Estados Unidos em 10 de setembro de 1993.

³²¹ Disponível em: <http://www.eatthecorn.com/influences-1/>. Acesso em: 10 out. 2016.

Entretanto, de acordo com Malach (1996), a principal correlação entre *The X-Files* e o universo ficcional de David Lynch e Mark Frost está nos perfis dos protagonistas Fox Mulder (David Duchovny) e Dale Cooper (Kyle MacLachlan). Conforme pontua a autora (1996, p. 64),

A semelhança mais óbvia entre *Twin Peaks* e *The X-Files* é que ambas as séries são protagonizadas por agentes do FBI. Porém, mesmo apresentando características comuns dos agentes federais retratados nas TV e no cinema, eles se comportam de uma maneira que nem sempre se encaixa na postura típica de um agente do FBI³²².

Formado em psicologia pela Universidade de Oxford e especializado em fenômenos paranormais, Fox William Mulder, interpretado pelo ator David Duchovny, foi designado para a Unidade de Crimes Violentos (UCV) logo após concluir o treinamento do FBI em Quântico. Porém, depois de passar por uma regressão hipnótica, Mulder (David Duchovny) lembra de detalhes do desaparecimento de sua irmã, Samantha Mulder, e decide direcionar sua carreira para as investigações dos *x-files*. Segundo Malach (1996), assim como Cooper (Kyle MacLachlan), de *Twin Peaks*, Mulder (David Duchovny) adota métodos não convencionais na condução dos seus casos. Seja por meio da subjetividade ou através de recursos místicos, os personagens se distanciavam da clássica figura de um agente do FBI, norteado pelo ceticismo e objetividade.

A dinâmica estabelecida por Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) em *The X-Files* quebrou paradigmas no âmbito das narrativas ficcionais seriadas estadunidenses. Conforme explicam Wilcox e Williams (1996) e McLean (1998) tanto o perfil dos personagens quanto a postura deles na trama se opunham aos estereótipos presentes na TV. Ao inverter princípios patriarcais, os protagonistas romperam com os padrões de gênero tradicionalmente explorados nas séries, isto é, em que o homem representava a racionalidade e a mulher a subjetividade. Como ressaltam Wilcox e Williams (1996, p.99),

Scully é norteada pelo racionalismo, que geralmente é associado aos personagens masculinos, em contrapartida Mulder acredita em questões sobrenaturais e tem total confiança em sua intuição, aspectos que

³²² The most obvious similarity between *Twin Peaks* and *The X-Files*, however, has to be their FBI agent protagonists. In both programs, FBI agent who are supposed to be federal/cultural boundary police, who occupy positions as arbiters of normalcy, behave in ways that do not always fit with the usual idea of the special agent.

tradicionalmente estavam presentes nas personagens femininas. Em suma, ela usa métodos científicos e lógicos, e ele o instinto e a intuição³²³.

Apesar da relação de Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) ser pautada por opostos como, por exemplo, razão e emoção, ceticismo e subjetividade, mente e corpo, a igualdade entre os agentes do FBI fica nítida ao longo da série. Nos primeiros episódios de *The X-Files*, Dana (Gillian Anderson) caminhava atrás de Fox (David Duchovny), como se o psicólogo sempre a conduzisse, mesmo que indiretamente, pelos lugares. Porém, a partir do final da temporada de estreia os personagens passaram a andar lado a lado, ressaltando paridade entre eles.

Segundo Wilcox e Williams (1996, p. 112-113), outros pontos do relacionamento de Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) também romperam com estereótipos da TV estadunidense. Os autores afirmam que as personagens femininas retratadas em séries de investigação e de suspense da época geralmente eram submissas à figura masculina. Isto é, a personagem tinha a função de concordar e reforçar as conclusões do agente sobre o caso em questão, estava sempre em perigo para ser salva por seu parceiro e independente do contexto da história ela mantinha um amor platônico, quase idealizado, pelo homem.

Já em *The X-Files* essa dinâmica muda, Scully (Gillian Anderson) não reforça o posicionamento de Mulder (David Duchovny), pelo contrário o contesta o tempo todo. A personagem mora sozinha, é independente e conduz sua carreira de maneira auto suficiente. Como destacam Wilcox e Williams (1996-117), até o interesse amoroso entre os personagens é explorado de forma sutil, sem que o arco narrativo se sobressaia ao universo ficcional da série.

A postura de Scully (Gillian Anderson) e a representatividade da figura feminina dentro da trama de *The X-Files* contribuíram diretamente para que o programa se tornasse um fenômeno cultural (PARKS, 1996; MCKENNA, 2007; NISBET; DUDO, 2013). A personagem inspirou várias mulheres a investirem no campo da ciência dando início ao *The Scully Effect*³²⁴.

O fenômeno denominado como *The Scully Effect* se refere ao aumento perceptível no número de estudantes estadunidenses do sexo feminino que decidiram seguir carreira em campos como a medicina, a ciência e o direito

³²³ Scully represents the rationalistic worldview usually associated with men, while Mulder regularly advocates supernatural explanations and a reliance on intuition traditionally connected with women. She applies scientific explanations and logic; he uses instinct and intuition.

³²⁴ O Efeito Scully em português.

por causa da personagem de Gillian Anderson em *The X-Files*³²⁵ (NISBET; DUDO, 2013, p. 242).

A bióloga, cientista, virologista, professora da Universidade de Maryland, nos Estados Unidos, e consultora da série da Fox Anne Simon relata a notável influência de Dana (Gillian Anderson) entre as estudantes da década de 1990 (MCKENNA, 2007). “Eu perguntava para os meus alunos de ‘Introdução a Biologia’ quais deles tinham se espelhado em Scully na hora de decidir a carreira que iriam seguir e metade da turma levantava a mão³²⁶” (MCKENNA, 2007). Segundo Parks (1996, p.125), a representatividade da personagem de *The X-Files* abrange distinta faixas etárias como crianças e adolescentes que irão prestar vestibular, e até pesquisadores já estabelecidos no campo acadêmico. Histórias de mulheres que optaram pela carreira científica são constantemente relatadas em painéis de convenções³²⁷ de fãs. Na Comic Con³²⁸ de Nova York, realizada em 2013 nos Estados Unidos, a atriz Gillian Anderson ressaltou a importância do *The Scully Effect*,

Foi uma surpresa para mim quando me disseram isso. Recebíamos várias cartas e e-mails de meninas falando que estavam optando pela ciência, pela medicina, pelo FBI e outras áreas de atuação da Scully por causa da personagem³²⁹.

Como explica Parks (1996) as telespectadoras de *The X-Files* também se identificaram com o estilo de Scully (Gillian Anderson) que rompia a forma superficial e puramente estética com que a mulher era retratada nas narrativas ficcionais seriadas estadunidenses da época. Quando os testes de elenco da trama começaram, os executivos da Fox buscavam uma atriz equivalente a figura de galã que David Duchovny tinha nos anos 1990. Porém, mesmo sendo o oposto da mulher voluptuosa que a Fox almejava para protagonizar a série, Gillian Anderson fez com que a emissora mudasse de ideia. O papel interpretado pela atriz influenciou inúmeros personagens da TV estadunidense como, por exemplo, Olivia Pope (*Scandal*), Temperance Brennan

³²⁵ Phenomenon referred to as The Scully Effect; as the medical doctor and the FBI Special Agent inspired many young women to pursue careers in science, medicine and law enforcement, and as a result brought a perceptible increase in the number of women in those fields.

³²⁶ I asked my Intro Bio class back then how many of them were influenced by the character of Scully on The X-Files to go into science and half of the hands in the room went up.

³²⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jlIctMT6JpU>; https://www.youtube.com/watch?v=vShG_hk_nSk; <https://www.youtube.com/watch?v=WyjuRSTFrw>; <https://www.youtube.com/watch?v=scnPMpDHmrM>. Acesso em: 17 out. 2016.

³²⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tojlsX9DZck>. Acesso em: 17 out. 2016.

³²⁹ Tradução da transcrição do áudio do vídeo.

(*Bones*), Patty Hewes (*Damages*) e Olivia Benson (*Law & Order: Special Victims Unit*).

4.2 A COMPLEXIDADE NARRATIVA DE *THE X-FILES*

Discutida por Mittell (2012, 2015), a complexidade narrativa (*complex TV*) é um modelo de *storytelling* que se opõe as formas convencionais episódicas e seriadas que caracterizam a televisão estadunidense desde a sua origem. Segundo o autor (2015, p. 17-54), esse modelo narratológico tem início nos anos 1990 e estende até hoje, abrangendo os canais abertos e pagos. Apesar de ter se concretizado em *Twin Peaks*, a complexidade narrativa é um reflexo das produções realizadas no final da década de 1970 e início dos anos 1980, tais como *Hill Street Blues* e *Dallas*, que apresentavam uma densidade em seus universos ficcionais até então inédita no âmbito televisivo. Entretanto, é importante ressaltar que mesmo com a difusão e a popularização desse modelo de *storytelling* teorizado por Mittell (2012, 2015), a grade de programação da TV estadunidense ainda é predominada pelas formas convencionais.

O autor afirma que os modelos de análise da narração televisiva ficcional estadunidense são limitados, pois não contemplam os desdobramentos e a amplitude das tramas contemporâneas. A partir de suas discussões sobre a complexidade narrativa, Mittell (2012, 2015) incentiva o desenvolvimento de métodos que incorporem o entrelaçamento dos formatos episódicos e seriados e também o elevado nível de autoconsciência presente nas séries.

Tendo como base teórica as discussões de Jost (2010) dos três mundos (real, ficcional e lúdico³³⁰) de onde emergem grande parte dos gêneros televisuais, Capanema (2015, 2016) propõe um modelo de investigação da complexidade narrativa conceituada por Mittell (2012, 2015). O método apresentado pela autora é norteado por três instâncias, a do conteúdo, a da forma e a do código narrativo.

Apesar da complexidade narrativa não abarcar diretamente o problema de pesquisa deste trabalho, o entendimento do formato narratológico da décima temporada de *The X-Files* e seus desdobramentos é importante para a contextualização dos

³³⁰ De acordo com Jost (2010, p.118-139) os gêneros televisivos se articulam a partir de três modos. O primeiro modo é o Real, aquele em que os programas são pautados pela realidade, tais como os telejornais e os documentários. Já no segundo modo, o da Ficção, os programas remetem a uma construção ficcional. Neste modo estão as séries, as telenovelas, os telefilmes, etc. O último modo proposto por Jost (2010) é o Lúdico, nele os programas se referem a si mesmos de uma maneira auto reflexão, tais como os *games shows* e outras atrações que exploram a ideia do jogo.

conteúdos compartilhados no Twitter durante a exibição dos episódios da atração. Mais adiante iremos retomar o modelo metodológico de Capanema (2015) e analisar o universo ficcional da série.

Segundo o Mittell (2012, p. 40-46; 2015, p.4-11), a complexidade narrativa é caracterizada por uma ampla dimensão estética que engloba a ausência de setas chamativas, principalmente nas *sitcoms*, o uso de efeitos especiais narrativos, tais como reviravoltas e clímax, a violação das regras de narração e a constante utilização de recursos narrativos como, por exemplo, analepses, múltiplas perspectivas e sequências fantasiosas. Porém, Mittell (2015, p.19) enfatiza que essa forma narratológica tem como marca central a fruição entre a demanda seriada e a episódica. Isto é, a hibridação de formatos estruturais faz com que a trama se desenvolva em dois níveis. Nesse sentido, temos o desenvolvimento das macro narrativas (seriada) e das micro narrativas (episódica), criando um equilíbrio dos arcos que se estendem pelas temporadas com os arcos auto suficientes que se fecham no final do episódio. Como explica o autor, a complexidade narrativa

[...] é uma redefinição de formas episódicas sob a influência da narração em série – não é necessariamente uma fusão completa dos formatos episódicos e seriados, mas um equilíbrio volátil. Recusando a necessidade de fechamento da trama em cada episódio, que caracteriza o formato episódico convencional, a complexidade narrativa privilegia histórias com continuidade e passando por diversos gêneros³³¹ (MITTELL, 2015, p.18).

Mittell (2012, 2015) afirma que *The X-Files* materializa de forma clara essa sinergia entre a lógica seriada e a episódica.

The X-Files exemplifica o que é provavelmente a marca central da complexidade narrativa: uma interação entre as demandas da narração episódica e seriada. Dramas complexos como *The X-Files*, *Buffy the Vampire*, *Angel* e *The Sopranos* frequentemente oscilam entre a narração com arco prolongado e episódios isolados (MITTEL, 2012, p. 38).

A série de Chris Carter é composta por arcos narrativos prolongados que são focados na mitologia de *The X-Files* e arcos isolados que apresentam histórias autônomas e se distanciam do universo mitológico da trama (REEVES; RODGERS; EPSTEIN, 1996; SCONCE, 2004; MITTELL, 2012, 2015). Como pontua Sconce (2004, p. 107),

³³¹[...] narrative complexity redefines episodic forms under the influence of serial narration – not necessarily a complete merger of episodic and serial forms but a shifting balance. Rejecting the need for plot closure within every episode that typifies conventional episodic form, narrative complexity foregrounds ongoing stories across a range of genres.

[...] qualquer dos episódios de *The X-Files* pode se concentrar na mitologia de longo prazo, uma trama conspiratória contínua, altamente elaborada com solução indefinidamente adiada ou pode oferecer histórias autônomas trazendo um monstro da semana que geralmente existe fora do eixo mitológico³³².

A mitologia de *The X-Files* começou a ser explorada na série nos episódios finais da segunda temporada, em 1995. Como relata Carter, em entrevista ao jornalista Kyle Thiermann (2015, Online), apesar de os arcos narrativos envolvendo objetos voadores não identificados, conspirações do governo e abduções de pessoas estarem presentes na trama desde a estreia, foi a gravidez de Gillian Anderson que fez com que os roteiristas buscassem novos caminhos para a atração.

Depois de passar vários episódios aparecendo apenas em plano fechado e evitando as cenas de ação, a intérprete de Dana Scully precisava se ausentar da trama para ter sua filha, Piper Anderson. Porém, as gravações da reta final da segunda temporada não poderiam ser interrompidas. Para justificar o afastamento da atriz na história, Carter fez com que a personagem fosse abduzida (THIERMANN, 2015). Scully (Gillian Anderson) ficou fora apenas por alguns episódios, mas seu arco narrativo deu início à mitologia de *The X-Files*.

A partir da segunda temporada o *plot* envolvendo o sumiço de Dana (Gillian Anderson) permeou grande parte dos arcos que exploravam as conspirações das instituições governamentais, a abdução de pessoas e o desaparecimento da irmã de Mulder (David Duchovny). As macro narrativas da fruição seriada foram prolongadas durante anos como, por exemplo o rapto de Samantha Mulder que teve início na primeira temporada e se estendeu até a sétima.

Conforme explica Peterson (2007), a mitologia de *The X-Files* geralmente era explorada em três momentos ao longo das temporadas. Nos episódios de estreia, nos episódios que antecipavam a *mid season*³³³ e na *season finale*. As tramas eram desenvolvidas pelo criador da série Chris Carter e por Frank Spotnitz.

Já a fruição episódica de *The X-Files* apresenta histórias autônomas que se distanciam do universo mitológico da trama. Isto é, ao invés de serem estendidas ao longo das temporadas e influenciarem diretamente outros arcos, as micro narrativas são auto suficientes. Segundo Nelson (1997) e Mittell (2015) os episódios isolados da série

³³² [...] any given X-Files episode might focus on the long-term ‘mythology’, an ongoing, highly elaborate conspiracy plot that endlessly delays resolution and closure, or might offer self-contained ‘monster-of-the-week’ stories that generally exist outside the arcing scope of the mythology.

³³³ Hiato na exibição de episódios inéditos

são categorizados como *monster of the week*³³⁴ e seguem uma estrutura dividida em cinco atos: equilíbrio, interrupção, clímax, resolução de conflitos e retorno do equilíbrio. Na demanda episódica de *The X-Files* a história geralmente é desenvolvida da seguinte forma, uma situação é apresentada nos minutos iniciais, posteriormente Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) são chamados para investigar o caso, os agentes confrontam os suspeitos e solucionam o crime. As temáticas dos episódios abrangem eventos paranormais, objetos voadores não identificados e criaturas sobrenaturais.

Essa capacidade de *The X-Files* de transitar entre a forma episódica e a seriada, permite que a série consiga permear vários gêneros e temáticas, criando um hibridismo estilístico único.

A série combina histórias de detetives e investigação com a iconografia e as narrativas de ficção científica e o horror, uma vez que Mulder e Scully exploram relatos de diferentes temáticas, como as abduções, inteligência artificial, humanos mutantes, criaturas demoníacas. Do mesmo modo que se envolve com as conspirações do governo que tenta encobrir da população a existência de fenômenos paranormais³³⁵ (JOHNSON, 2006, p. 61).

De acordo com Lavery, Hague e Cartwright (1996), Johnson (1996) e Sconce (2004), a multiplicidade estética do programa está presente especificamente na narrativa episódica e abrange distintos formatos (a comédia, a trama policial, o suspense, a aventura, a ação, o drama, a ficção científica, o documentário e o horror), podendo até ser protagonizados por personagens secundários³³⁶. Os aspectos ressaltados pelos autores podem ser observados em vários episódios que foram ao ar ao longo das nove temporadas da série.

Os arcos narrativos de *War of the Coprophages*³³⁷, *Post-Modern Prometheus*³³⁸ e *Hollywood A.D.*³³⁹, por exemplo, exploram o viés da comédia. Como explica Sconce (2004, p.108), as tramas “[...] possibilitam diálogos e situações que seriam inviáveis dentro da mitologia da trama, principalmente na relação entre Mulder e Scully³⁴⁰”. Considerado um dos episódios mais inovadores de *The X-Files*, *Post-Modern*

³³⁴ Monstro da Semana no português.

³³⁵ The series combines stories of detection and investigation with the iconography and narratives of the science fiction and horror genres, as Mulder and Scully explore reports of alien abductions, poltergeists, artificial intelligence, human mutations and demonic creatures, as well as becoming embroiled in the government plot to conceal the existence of paranormal phenomena from the general public.

³³⁶ Como, por exemplo *Avatar*, *Three of a Kind* *Travelers*.

³³⁷ Décimo segundo episódio da terceira temporada, exibido em 5 de janeiro de 1996.

³³⁸ Quinto episódio da quinta temporada, exibido em 30 de novembro de 1997.

³³⁹ Décimo nono episódio da sétima temporada, exibido em 30 de abril de 2000.

³⁴⁰ They allow for elaboration and possibilities unavailable to the 'real' story line of the series, especially in terms of Mulder and Scully's relationship.

*Prometheus*³⁴¹ é baseado no conto do Frankenstein³⁴², de Mary Shelley, e coloca os agentes do FBI em situações inusitadas (SCONCE, 2004).



Figura 22: Cenas do episódio *Post-Modern Prometheus*, exibido em 28 de fevereiro de 1999.

Fonte: The X Files Rewatch - LiveJournal³⁴³.

Na história, os protagonistas vão ao estado de Indiana, nos Estados Unidos, para investigar um monstro, chamado Grande Mutato, que está aterrorizando as mulheres de um vilarejo rural. Porém, ao interrogarem as vítimas, Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) descobrem que a criatura invadia as casas do vilarejo para escutar os discos de Cher. No final do episódio, os agentes levam o Grande Mutato ao show da cantora estadunidense. Além dos enquadramentos que simulam a narrativa de uma HQ e de ter sido gravado em preto e branco, *Post-Modern Prometheus* apresenta aos telespectadores um outro lado dos agentes do FBI. Os diálogos, as cenas e até o posicionamento dos atores se opõem à tensão e seriedade características dos personagens.

Entretanto, não são somente os episódios cômicos que exploram novas perspectivas do universo ficcional de *The X-Files*. Por serem construídos em torno de uma micro narrativa auto suficiente, as tramas episódicas permitem que os roteiristas experimentem distintas linguagens no programa. Os episódios *Bad Blood*³⁴⁴, *Monday*³⁴⁵ e *X-Cops*³⁴⁶, por exemplo, introduzem novas formas de desenvolvimento do enredo da atração. Exibido em fevereiro de 2000, durante a sétima temporada, *X-Cops* alterou o processo de produção e gravação da série.

³⁴¹ Disponível em: http://x-files.wikia.com/wiki/The_Post-Modern_Prometheus. Acesso em: 22 out. 2016.

³⁴² Frankenstein ou The Modern Prometheus no original.

³⁴³ Disponível em: <http://xf-rewatch.livejournal.com/29544.html/>. Acesso em: 22 out. 2016.

³⁴⁴ Décimo segundo episódio da quinta temporada, exibido em 22 de fevereiro de 1998.

³⁴⁵ Décimo quarto episódio da sexta temporada, exibido em 28 de fevereiro de 1999.

³⁴⁶ Décimo segundo episódio da sétima temporada, exibido em 20 de fevereiro de 2000.



Figura 23: Cenas do episódio *X-Cops*, exibido em 20 de fevereiro de 2000.

Fonte: X-Files Wiki ³⁴⁷.

Roterizado por Vince Gilligan, o episódio é inspirado na série documental estadunidense *Cops* (1989-2006, Fox). O programa acompanha a rotina e as investigações da polícia de 140 países, tais como Estados Unidos, Hong Kong e Londres. Conforme explica Doyle (1998, p.95-99), *Cops* era norteado por uma estética amadora, sem narrador ou roteiro pré estabelecido, em que os enquadramentos da *handycam* aproximavam o telespectador das ações das unidades de policiamento.

Para reproduzir a linguagem de *Cops*, o episódio de *The X-Files* foi modificado em vários aspectos. A clássica abertura da série com a música tema composta por Mark Snow foi substituída por Bad Boys, do grupo Inner Circle, e todas as cenas foram gravadas com uma câmera de mão amadora. Na trama o público acompanhava a rotina de investigação dos policiais de Washington, entretanto, durante a patrulha, Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) acabam se tornando os protagonistas do programa fictício. Segundo Vince Gilligan, até a pós produção do episódio foi alterada, “O número médio de edições num episódio de *The X-Files* é de 800 a 1200. O número total de edições no primeiro corte de ‘*X-Cops*’ foi 45³⁴⁸” (SHAPIRO, 2001, p. 85). Além de colocar os personagens em situações diferentes, abordar outra estética televisiva, o episódio proporcionava ao telespectador uma nova experiência com o universo ficcional da série.

De acordo com Mclean (1998), essa capacidade de constante experimentação de *The X-Files* estimulou, mesmo que indiretamente, a série a abordar temáticas que na época não eram comuns na TV estadunidense. Os episódios *Irresistible*³⁴⁹ e *Home*³⁵⁰, por exemplo, tinham como arco narrativo central assuntos que na *Post Network*

³⁴⁷ Disponível em: <http://x-files.wikia.com/wiki/X-Cops/>. Acesso em: 23 out. 2016.

³⁴⁸ The average number of issues in an episode of The X-Files is 800 to 1200. The total number of issues in the first cut of 'X Cops' was 45.

³⁴⁹ Décimo terceiro episódio da segunda temporada exibido em 13 de janeiro de 1995.

³⁵⁰ Segundo episódio da quarta temporada, exibido no dia 11 de outubro de 1996.

Television compõem as séries *Dexter*, *Game of Thrones*, *True Blood* e *Bates Motel*, mas que quando foram ao ar na década de 1990 causaram estranheza no público.

Apesar do universo ficcional de *The X-Files* ser permeado por questões ligadas aos fenômenos sobrenaturais e aos objetos voadores não identificados, um dos episódios mais emblemáticos do programa explora o lado obscuro e primitivo do ser humano. Exibido originalmente em 1996, *Home* é protagonizado pela família Peacock, que desde a Guerra Civil Americana sobrevive procriando entre si. Com referências ao filme *The Texas Chain Saw Massacre*³⁵¹ (1974), o episódio passou por um longo processo de avaliação da Fox antes de ir ao ar, porém como *The X-Files* era o programa de maior audiência do canal os chefes de programação, mesmo com receio, deram o aval para a produção (MEISLER, 2000).



Figura 24: Cenas do episódio *Home*, exibido no dia 11 de outubro de 1996.

Fonte: The New York Times³⁵².

O aviso ‘*viewer discretion warning*’³⁵³ projetado antes da exibição de *Home* já antecipava que a trama teria cenas de violência, entretanto esse era apenas um dos aspectos do episódio que tinha como tema central o incesto. No descolar da história os telespectadores acompanharam cenas de decapitação, assassinato a sangue frio e a autópsia de um recém nascido que foi enterrado vivo. Por conta da recepção do público, o episódio foi cortado das reprises e distribuições da Fox, sendo exibido novamente em 1999, durante um especial de Halloween da emissora.

Por estabelecer um equilíbrio entre a fruição seriada e a episódica, a complexidade narrativa agrega dois perfis de telespectadores. Segundo Reeves, Rodgers

³⁵¹ O Massacre da Serra Elétrica no português.

³⁵² Disponível em: http://www.nytimes.com/2015/10/30/arts/television/the-x-files-home-scary-tv.html?_r=0. Acesso em: 23 out. 2016.

³⁵³ O aviso alerta o telespectador que o programa contém cenas de violência e cabe a ele decidir se irá ou não assistir ao programa. Desta forma, o canal se isenta, mesmo que parcialmente, da responsabilidade pelo conteúdo veiculado. O alerta também foi projetado no sétimo episódio *Via negativa*, da oitava temporada de *The X-Files*, exibido em 17 de dezembro de 2000.

e Epstein (1996) e Mittell (2015), os arcos prolongados que se estendem por várias temporadas e são permeados por lacunas informacionais chamam a atenção do público ávido. Já os arcos autônomos, que se encerram no final do episódio, atraem os telespectadores casuais. Nesse sentido, *The X-Files* consegue atingir tanto o público que assiste semanalmente à trama, quanto o que a acompanha esporadicamente.

Entretanto, Mittell (2012, 2015) afirma que apesar de propiciar novos caminhos estéticos, a hibridação de formatos estruturais da complexidade narrativa afetou a coerência do universo ficcional de *The X-Files*. De acordo com o autor,

[...] o programa foi acometido de uma disjunção muito grande entre a mitologia demasiadamente complexa e insatisfatoriamente distendida e a independência e desapegos dos episódios do tipo monstro da semana, que poderiam contradizer o conhecimento acumulado sobre a conspiração (2012, p.38).

Os pontos ressaltados por Mittell (2012, 2015) podem ser observados, por exemplo, nos episódios, *Jose Chung's From Outer Space*³⁵⁴ e *All Things*³⁵⁵. Roterizado por Darin Morgan, *Jose Chung's From Outer Space* é norteado pela fruição episódica e tem como *plot* central a investigação de Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) sobre a abdução de um casal de jovens. Paralelamente ao desdobramento do caso, o romancista Jose Chung (Charles Nelson Reilly) escreve um livro sobre o trabalho dos agentes do FBI.

Porém, mesmo explorando temáticas recorrentes da série o episódio aborda as questões de uma maneira depreciativa. Na história Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) descobrem que o desaparecimento dos jovens e as teorias de conspiração do governo estadunidense não passam de uma grande farsa. De acordo com Mittell (2012, p.38) a trama “[...] satiriza as conspirações desenvolvidas no programa ao passo que os eventos que apresenta parecem minar algumas das revelações da mitologia relacionada à presença de alienígenas na Terra”. Isto é, mesmo que indiretamente, ao ironizar o universo ficcional da série, *Jose Chung's From Outer Space* contesta os principais arcos narrativos de *The X-Files*.

Já *All Things* aborda traços da personalidade de Scully (Gillian Anderson) que até então eram desconhecidos pelo telespectador. Apesar de ter sido explorado em

³⁵⁴ Vigésimo episódio da terceira temporada, exibido em 12 de abril de 1996.

³⁵⁵ Décimo sétimo episódio da sétima temporada, exibido em 9 de abril de 2000.

outros episódios, como, por exemplo, *All Souls*³⁵⁶ e *Milagro*³⁵⁷, o lado subjetivo da personagem ganha mais representatividade em *All Things*. Caracterizada durante toda a série por seu ceticismo e racionalidade, na trama Scully (Gillian Anderson) recorre a métodos alternativos para curar seu ex namorado, Daniel (Stephen Hornyak) de uma doença cardiovascular.

A partir desse momento, mesmo que provisoriamente, novos elementos passaram a integrar o universo da personagem. Como destaca McKenna (2006, p.128), Scully (Gillian Anderson) “[...] entra em contato com o misticismo - auras, chakras e visões - e também reconhece o poder do acaso³⁵⁸”. Essa reviravolta no perfil da agente do FBI se opõe não só ao paratexto do universo ficcional de *The X-Files*, como também aos *plots* que tinham sido abordados na sétima temporada.

Exibido originalmente duas semanas antes³⁵⁹ de *All Things*, o episódio *Theef*³⁶⁰ tinha como arco narrativo central a história Robert Wieder (James Morrison). Na trama o médico contrai uma doença rara e os agentes do FBI são chamados para investigar os fatores que desencadearam a convalescência (SHAPIRO, 2001). Enquanto Mulder (David Duchovny) acredita que o misticismo tenha sido a causa da doença, Scully (Gillian Anderson) descarta todas as hipóteses envolvendo fenômenos sobrenaturais. Nesse contexto, podemos observar a disjunção destacada por Mittell (2012), se em *Theef* a personagem se opõe às questões subjetivas, em *All Things* ela não só recorre como também defende os elementos místicos.

A complexidade narrativa estimula a criação de amplos universos ficcionais, as tramas vão além da televisão e se expandem em distintas plataformas (MITTELL, 2012, 2015). Segundo Reeves, Rodgers e Epstein (1996), McLean (1998) e Dowd *et al.* (2013) os arcos narrativos de *The X-Files* foram ampliados e ressignificados através de livros, HQs, vídeo jogos, *spin off*³⁶¹ e filmes. Conforme pontuam os autores, cada um desses desdobramentos contribuiu de uma maneira diferente para a compreensão e imersão do público.

³⁵⁶ Décimo sétimo episódio da quinta temporada, exibido em 26 de abril de 1998.

³⁵⁷ Décimo oitavo episódio da sexta temporada, exibido em 18 de abril de 1999.

³⁵⁸ [...] embarks on a series of encounters that open her to other ways of knowing—auras, chakras, visions, the importance of coincidence

³⁵⁹ *Theef* é o décimo quarto episódio da sétima temporada e *All Things* o décimo sétimo.

³⁶⁰ Décimo quarto episódio da sétima temporada, exibido em 12 de março de 2000.

³⁶¹ Conteúdo (programa de TV, vídeo jogo, livro, etc.) derivado de uma obra já existente. O *spin off* é focado em um personagem, tema ou arco narrativo específico da obra que o originou. Por exemplo, a série *Private Practice* (2007-2013, ABC) é um *spin off* de *Grey's Anatomy* (2005-atual, ABC). A trama é protagonizada por Addison Montgomery (Kate Walsh), que em *Grey's Anatomy* era uma personagem secundária.

Ao longo das nove temporadas da série foram publicadas³⁶² 37 adaptações literárias dos episódios exibidos pela Fox, as tramas detalhavam os arcos narrativos e exploravam novos aspectos da história. Além dos livros, também foram lançados guias³⁶³ anuais com informações (biografia dos atores, ficha técnica dos episódios, sinopses, curiosidades, etc.) sobre as temporadas e edições especiais³⁶⁴ direcionadas para áreas específicas do programa, como a ciência, a direção de arte e até as locações onde eram realizadas as gravações.

Criadas sob a supervisão dos roteiristas de *The X-Files*, as HQs³⁶⁵ ofereciam ao público casos inéditos de Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson). Apesar de alguns episódios de sucesso terem sido transpostos para as histórias em quadrinhos como, por exemplo, *Space*, *Fire* e *Beyond the Sea*, Chris Carter afirma que o objetivo central do projeto era a possibilidade de explorar vertentes do universo ficcional que não se adequavam a linguagem televisiva (DOWD *et al.*, 2013, p. 108). Entre janeiro de 1995 e setembro de 1998 foram lançadas pela editora Topps Comics 53 revistas.

³⁶² *X Marks the Spot* (Les Martin), *Darkness Falls* (Les Martin), *Tiger, Tiger!* (Les Martin), *Squeeze* (Ellen Steiber), *Humbug* (Les Martin), *Shapes* (Ellen Steiber), *Fear* (Les Martin), *Voltage* (Easton Royce), *E.B.E* (Les Martin), *Die Bug, Die!* (Les Martin), *Ghost in the Machine* (Les Martin), *The Calusari* (Garth Nix), *Eve* (Ellen Steiber), *Bad Sign* (Easton Royce), *Our Town* (Eric Elfman), *Empathy* (Ellen Steiber), *Fresh Bones* (Les Martin), *Control* (Everett Owens), *The Host* (Les Martin), *Hungry Ghosts* (Ellen Steiber), *Dark Matter* (Easton Royce), *Howlers* (Everett Owens), *Grotesque* (Ellen Steiber), *Regeneration* (Everett Owens), *Quarantine* (Les Martin), *Haunted* (Ellen Steiber), *Miracle Man* (Terry Bisson), *Ascension* (Quentin Thomas), *Hunter* (Charles L. Grant), *Goblins* (Charles L. Grant), *Whirlwind* (Charles L. Grant), *Ground Zero* (Kevin J. Anderson), *Ruins* (Kevin J. Anderson), *Antibodies* (Kevin J. Anderson), *Skin* (Ben Mezrich) e a dos filmes *The X-Files: Fight the Future* (Elizabeth Hand), *The X-Files: I Want to Believe* (Max Allan Collins).

³⁶³ *The Truth Is Out There: The Official Guide to The X-Files*, Vol. 1 (Brian Lowry, Chris Carter, Sarah Stegall), *Trust No One: The Official Guide to The X-Files*, Vol. 2 (Brian Lowry, Chris Carter, Sarah Stegall), *I Want to Believe: The Official Guide to The X-Files*, Vol. 3 (Andy Meisler, Chris Carter, Sarah Stegall), *Resist or Serve: The Official Guide to The X-Files*, Vol. 4 (Andy Meisler), *The End and the Beginning: The Official Guide to The X-Files*, Vol. 5 (Andy Meisler), *All Things: The Official Guide to The X-Files*, Vol. 6 (Marc Shapiro).

³⁶⁴ *X Marks the Spot: On Location With The X-Files* (Louisa Gradnitzer, Todd Pittson), *The Real Science Behind the X-Files: Microbes, Meteorites, and Mutants* (Anne Simon), *The Art of the X-Files* (Anne Rivers Siddons),

³⁶⁵ *Not to be Opened Until X-Mas*, *The Dismemberance of Things Past*, *A Little Dream of Me/The Return*, *Firebird Part One: Khobka's Lament*, *Firebird Part Two: Crescit Eundo*, *Firebird Part Three: A Brief Authority*, *Trepanning Opera*, *Silent Cities of the Mind Part One*, *Silent Cities of the Mind Part Two*, *Feelings of Unreality Part One: Wheels Within Wheels*, *Feelings of Unreality Part Two: The Ancient of Days*, *Feelings of Unreality Part Three: Nightmare of History*, *One Player Only*, *Falling*, *Home of the Brave Part One: The New World*, *Home of the Brave Part Two: A Question of Ownership*, *Thin Air*, *Night Lights Part One*, *Night Lights Part Two*, *Family Portrait Part One: Gallery*, *Family Portrait Part Two: The Camera Eye*, *The Kanashibari*, *Donor*, *Silver Lining*, *Be Prepared Part One*, *Be Prepared Part Two*, *Remote Control Part One*, *Remote Control Part Two*, *Remote Control Part Three*, *Surrounded Part One*, *Surrounded Part Two*, *Crop Duster*, *Soma*, *Skybuster*, *N.D.E. Part One*, *N.D.E.: Part Two*, *The Face of Extinction*, *Cam Ranh Bay*, *Scum of the Earth*, *Devil's Advocate*, *Severed*, *Big Foot*, *Warm Heart*, *Dead to the World* e *Scapegoats*. *Adaptações Pilot*, *Deep Throat*, *Conduit*, *Squeeze*, *Shadows*, *Ice*, *Space*, *Fire* e *Beyond the Sea*.



Figura 25: Edições da HQ de *The X-Files* publicadas pela Topps Comics.

Fonte: X-Files Wikia³⁶⁶.

Mittell (2015, p.300-303) afirma que os vídeos jogos baseados em narrativas ficcionais seriadas televisivas propiciam uma experiência imersiva ao público. Nesse sentido, ao invés apenas observar o desdobramento da trama, o interagente tem a oportunidade de participar do enredo. Segundo o autor (2015, p.302), é fundamental que essas extensões interativas mantenham a coerência da história apresentada na TV.

Ao longo das nove temporadas de *The X-Files* a Fox produziu dois³⁶⁷ videogames da série, o *The X-Files: Unrestricted Access*³⁶⁸ (1997) e o *The X-Files: Game*³⁶⁹ (1998). Apesar de ambos apresentarem tramas inéditas, a jogabilidade e a estética dos títulos eram distintas. Em *The X-Files: Unrestricted Access* o interagente assumia o papel de Mulder (David Duchovny) ou Scully (Gillian Anderson) e o cenário onde se passava a história recriava, através dos gráficos, as locações da série.

Lançado um ano depois, o *The X-Files: Game* (1998) teve seu processo de produção norteado pela estética adotada nos episódios exibidos pela Fox. O videogame foi gravado seguindo os mesmos enquadramentos e desenhos narrativos da série. Até os atores David Duchovny, Gillian Anderson e Mitch Pileggi (Walter Skinner) participaram da produção gravando cenas em que os personagens dialogavam com o jogador. No enredo, assinado por Richard Dowdy, o interagente encarnava o papel do agente Craig Willmore, de Seattle, que foi designado por Skinner (Mitch Pileggi) para encontrar Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson). Além de ter como *plot* central questões envolvendo a mitologia do programa, o jogo também apresentava

³⁶⁶ Disponível em: <http://x-files.wikia.com/wiki/Comics>. Acesso em: 06 nov. 2016.

³⁶⁷ O vídeo jogo *The X-Files: Resist or Serve* (2004) foi lançado depois da exibição do *series finale* do programa.

³⁶⁸ Disponível para as plataformas Microsoft Windows e Mac OS Classic.

³⁶⁹ Disponível para as plataformas PlayStation, Microsoft Windows e Mac OS Classic.

pontos de intersecção com os episódios *Piper Maru*³⁷⁰ e *Wetwired*³⁷¹ da terceira temporada.

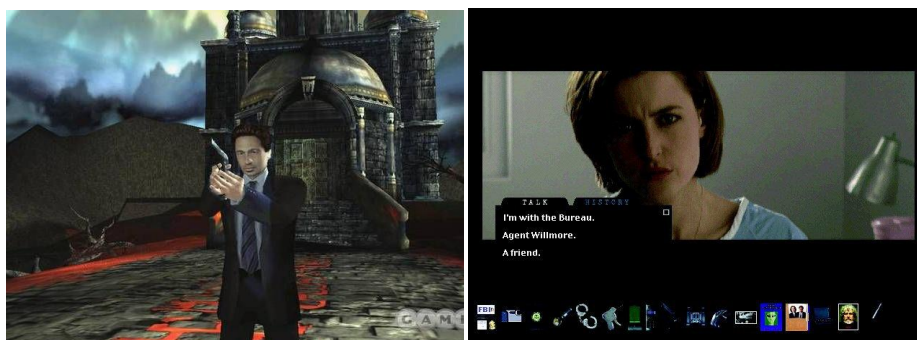


Figura 26: As capturas de tela de *The X-Files: Unrestricted Access* e de *The X-Files: Game* ressaltam a diferença estética entre os jogos.

Fonte: Games Directory³⁷².

Para ampliar a franquia de *The X-Files* e aproveitar a popularidade da série, o canal estadunidense Fox produziu em 2001 o *spin-off* *The Lone Gunmen* (2001). A trama era protagonizada por John Fitzgerald Byers (Bruce Harwood), Melvin Frohike (Tom Braidwood) e Richard Langly (Dean Haglund) e aprofundava um arco narrativo secundário da nave mãe. Os personagens realizavam investigações de casos envolvendo as conspirações do governo que, posteriormente, eram publicadas em uma revista independente chamada *The Magic Bullet*. Devido à baixa audiência, o programa foi cancelado no mesmo ano de sua estreia.

O universo ficcional da atração também foi estendido em duas longas metragens. Lançado nos Estados Unidos durante o hiato entre a quinta e a sexta temporada, o filme *The X-Files: fight the future* (1998) tinha o desafio de chamar a atenção do público leigo, que não acompanhava a série televisiva, e oferecer respostas aos telespectadores ávidos. Segundo Scoladari e Felder (2000), diante das constantes reclamações sobre os vazios informacionais deixados pelos roteiristas, o *showrunner* Chris Carter decidiu usar o longa para responder algumas questões sobre a mitologia da trama como, por exemplo, a doença de Scully (Gillian Anderson) e o óleo negro (*black oil*).

Apesar de *The X-Files: fight the future* ser estruturado a partir de arcos narrativos auto suficientes, o filme estava imbricado na série.

³⁷⁰ Décimo quinto episódio da terceira temporada, exibido em 9 de fevereiro de 1996.

³⁷¹ Vigésimo terceiro episódio da terceira temporada, exibido em 10 de maio de 1996.

³⁷² Disponível em: <https://games.directory/games/46984>. Acesso em: 06 nov. 2016.

The X-Files no final da quinta temporada, especificamente no episódio *The End* buscou se fundir diretamente com o longa metragem lançado nos cinemas em 1998. Essa produção cinematográfica favoreceu a integridade da mitologia da série, importando a identidade visual, arcos dramáticos e formatos narrativos presentes no programa da TV (RODRIGUES, 2005, p.3).

Além disso, os acontecimentos iniciais da sexta temporada exploraram algumas tramas do longa metragem, desta forma para compreender o episódio de estreia o público teria que necessariamente ter assistido a produção.

Já *The X-Files: I Want to Believe* (2008), foi lançado após o encerramento da atração televisiva. Mesmo trazendo os agentes do FBI de volta depois de seis anos da exibição do *series finale*, o filme se distanciava da mitologia do programa e recebeu muitas críticas por parte do público.

Mittell (2012, p.36) afirma que “o público tende a aderir a programas complexos de uma forma muito mais apaixonada e comprometida que à maior parte da programação convencional”. De acordo com o autor (2009, 2012, 2014, 2015), o formato narratológico estimula a participação e o engajamento do público, possibilitando uma perspectiva única de retorno do telespectador. A complexidade narrativa discutida por Mittell (2014, Online) também “[...] encoraja o público a realizar análises profundas e detalhadas sobre a trama. Esses programas funcionam como ímãs de engajamento, atraindo telespectadores para os seus densos universos ficcionais e convidando-os a imersão”³⁷³.

Os fãs de *The X-Files* identificam-se³⁷⁴ como *X-Philes* ou apenas *Philes* (REEVES; RODGERS; EPSTEIN, 1996; HILLS, 2002; MCLEAN, 1998). Segundo Hills (2002) essas denominações emergem quando um grupo de fãs apresenta características tão representativas que se transforma em uma sub comunidade. Desde a sua estreia, *The X-Files* chamou a atenção dos telespectadores ávidos, pois os vazios informacionais estimulavam uma leitura atenta e minuciosa dos episódios.

De acordo com Hills (2002), mesmo antes da popularização da Internet o público já se mobilizava para trocar informações sobre o universo ficcional de *The X-Files*. As discussões eram feitas através de cartas e de revistas especializadas como a *Starlog*³⁷⁵. Além de debater os arcos narrativos, os telespectadores também organizavam

³⁷³ They encourage a mode of forensic fandom that invites viewers to dig deeper, probing beneath the surface to understand the complexity of a story and its telling. Such programs create magnets for engagement, drawing viewers into story worlds and urging them to drill down to discover more.

³⁷⁴ No Brasil os fãs se identificam como *eXcers*.

³⁷⁵ *Starlog* é uma revista estadunidense mensal sobre livros, filmes e programas de TV de ficção científica. A publicação foi lançada em 1976 e se encerrou em 2009.

convenções, encontros, maratonas, vigílias e até envio de VHS com os episódios da série. Como relata o brasileiro Henrique Haddefinir,

No final da década de 90, enviei uma carta para uma revista especializada pedindo para que outros fãs me contactassem para me ajudar com os episódios que não tinham sido exibidos no Brasil. Eu enviava as fitas de vídeo virgens e os fãs que moravam nos EUA gravam os episódios da Fox para depois me mandar as fitas de volta. Assim consegui assistir tudo que estava atrasado (HADDEFINIR, 2013, Online).

Com a popularização do acesso à Internet, principalmente nos Estados Unidos, as discussões em torno do universo ficcional migraram para o ciberespaço (CLEAR, 1996; MCLEAN, 1998). Nos ambientes colaborativos o público realizava análises das cenas dos episódios, criava jogos a partir dos elementos recorrentes da série (lanternas, ETs, frases características dos personagens, etc.), produzia materiais personalizados do programa (canecas, camisas, *wallpapers*, etc.), organizava guias das temporadas com detalhes sobre o elenco, a equipe técnica, a classificação e sinopse dos episódios, esquematizava mapas mentais do universo ficcional e da relação dos personagens, compartilhava informações sobre a carreira dos atores e atrizes, postava conteúdos divulgados pela imprensa e negociava produtos oficiais da trama.

Devido à representatividade do público de *The X-Files* no ciberespaço o elenco da série começou a ser constantemente chamado para promover marcas de *notebooks* e *softwares*. O interesse dos telespectadores pelo ambiente digital também chamou a atenção da Fox, fazendo com que o canal estadunidense criasse ações de divulgação direcionadas para a rede. Além dos *chats* que eram realizados antes da estreia das temporadas, a festa de encerramento do programa, em dezembro de 2002, foi transmitida via *streaming*. O público podia enviar perguntas ao elenco e assistir o evento na íntegra através do site³⁷⁶ da emissora.



Figura 27: A atriz Gillian Anderson promove a marca Computer Solution em um comercial gravado em

³⁷⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Vxwu4mHY2fA>. Acesso em: 7 nov. 2016.

1996 e o elenco de *The X-Files* participa de um chat para divulgar o filme *The X-Files Fight The Future*, em 1998.

Fonte: YouTube³⁷⁷.

A popularização da Internet também contribuiu diretamente para a difusão da *shippagem*, um dos principais elementos de sociabilidade presente na cultura de fãs (HILLS, 2002). De acordo com Willians (2011) e Mittell (2015), foi o público de *The X-Files* que deu origem³⁷⁸ à prática. O termo é derivado da palavra inglesa *relationship*³⁷⁹ e significa apoiar determinado casal, seja ele fictício ou não. Nesse contexto, *shippar* é o ato de torcer pelo casal em questão e *shippers* são as pessoas que fazem a *shippagem* (WILLIANS, 2011).

Geralmente os *shippers* se referem ao casal pelo qual torcem através de acrônimos. As formas mais usadas são a união das iniciais dos nomes como, por exemplo, M/S (Mulder barra Scully) e a aglutinação dos nomes, tais como Sculder, para os personagens Scully (Gillian Anderson) e Mulder (David Duchovny) e Gillovny, para os atores Gillian Anderson e David Duchovny.

O constante adiamento do envolvimento amoroso dos agentes do FBI fez com que a *shippagem* se tornasse uma prática recorrente entre os telespectadores de *The X-Files*. Nesse sentido, o público realizava seu desejo de ver os personagens juntos através da criação de *fanfics* e montagens (fotos e vídeos). A vontade de que Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) formassem um casal era tão grande que acabou indo além do universo ficcional. Os *shippers* também torciam para que Gillian Anderson e David Duchovny ficassem juntos na vida real.

Apesar de ter inúmeros³⁸⁰ sites dedicados ao universo ficcional de *The X-Files* durante a exibição das nove temporadas, as discussões sobre a série se concentraram em dois espaços: na lista de e-mail X-Files@chaos.taylored.edu e no fórum alt.tv.x-files³⁸¹ (LAVERY; HAGUE; CARTWRIGHT, 1996; CLERC, 1996; HILLS, 2002). De acordo com Clerc (1996, p. 43), a lista de e-mail reunia cerca de 1.500 membros e exigia

³⁷⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=UsT155S6Y8A>, <https://www.youtube.com/watch?v=L5jVjBe-Oa0>. Acesso em: 7 nov. 2016.

³⁷⁸ Amaral (2014) considera que a prática surgiu na década de 1960 com a série *Star Trek* e nas primeiras *fanfics* sobre o programa.

³⁷⁹ Relacionamento no português.

³⁸⁰ Apenas no ano de 1998 foram criados nos Estados Unidos 500 sites especializados em *The X-Files* (MCLEAN, 1998, p.3)

³⁸¹ Também conhecido como ATX e ATXF.

dedicação do interagente, já que as atualizações eram constantes. O autor afirma que apesar de ampla, a lista tinha um caráter pessoal, pois todos os assinantes se conheciam.

Entretanto, o grande cerne de discussão e análise da série era o fórum alt.tv.x-files. Conforme pontuam McLean (1998) e Hills (2002), o site celebrava e validava o conhecimento dos telespectadores ávidos. O servidor alt.tv se popularizou no âmbito televisivo com *Twin Peaks*. Criado semanas após a exibição do episódio de estreia, o atl.tv.twinpeaks rapidamente se tornou uma das maiores e mais ativas listas de discussão da época, com 25 mil usuários cadastrados e cerca de 100 *posts* diários (JENKINS, 2008, 2015).

O fórum de *The X-Files* entrou no ar em dezembro de 1993 e reunia análises detalhadas dos episódios da série, especulações sobre os vazios informacionais do universo ficcional, criação e avaliação de *fanfics*, além de conteúdos extras como, por exemplo, montagens, edições de vídeos com as melhores cenas, trocas e compartilhamento de materiais (VHS, revistas, livros, etc.).

Ao contrário da lista de e-mail X-Files@chaos.tylored.edu, para acessar as postagens do alt.tv.x-files não era preciso ser cadastrado no site, o registro só era necessário caso o usuário quisesse publicar algum conteúdo. Dentro do fórum os interagentes se organizam em grupos, tais como *David Duchovny Estrogen Brigades* (DDEB, DDEB2, DDEB3), *Mitch Pileggi Pheromone Brigade* (MPPB), *Smart Young X-Philes* (SYX) e *Gillian Anderson Testosterone Brigade* (GATB). Segundo Clerc (1996), essa divisão era feita de acordo com os interesses dos usuários.

Um dos pontos mais relevantes do fórum eram as análises dos telespectadores, que abarcavam várias camadas de interpretação (CLERC, 1996). Após a exibição do programa na TV, o público dissecava a história *frame a frame*. As discussões abrangiam o empenho do elenco, a qualidade da direção artística nas caracterizações e, principalmente, as lacunas da mitologia e a intertextualidade presente nos arcos autônomos.

A atividade dos telespectadores no alt.tv.x-files era tão representativa que acabou chamando a atenção dos produtores de *The X-Files*. Em entrevista a revista estadunidense TV Guide, publicada em abril de 1996, Michelle MacLaren e Michael W. Watkins afirmaram que visitavam regularmente o fórum em busca de informações sobre o universo ficcional e relatos do público sobre o programa. Atualmente³⁸², o site

³⁸² Em 2017.

continua no ar³⁸³, porém com menos atividade do que na década de 1990 e hospedado em outro servidor.

Apesar do engajamento dos telespectadores em torno de *The X-Files*, o programa foi cancelado pela Fox na nona temporada, exibida em 2002. Segundo Chris Carter, assim como na estreia do programa, a relação da população estadunidense com o governo interferiu, mesmo que indiretamente, no desenrolar da história .

A série terminou pouco depois dos atentados ao World Trade Center, nossas teorias sobre as conspirações do governo soavam superficiais e inverossímeis porque os americanos estavam confiando totalmente nas instituições. Ninguém queria saber de conspirações. Eles queriam saber como o governo os protegia. Era hora de nos retirarmos de cena³⁸⁴ (CARTER, 2016).

Seis anos após o encerramento da série na TV, a Fox lançou o filme *The X-Files: I Want to Believe* (2008), além de ter recebido muitas críticas por parte do público e da imprensa especializada, o longa foi um fracasso de bilheteria. Porém, mesmo com o baixo desempenho, em 2010 os fãs do programa iniciaram uma campanha pedindo para que a Fox produzisse o terceiro filme.

Encabeçada pelo fã clube e site *X-Files News*³⁸⁵, a ação tinha como objetivo mostrar ao estúdio que apesar do retorno negativo de *The X-Files: I Want to Believe*, eles continuavam interessados na história. “Queríamos que o filme fosse gravado antes de 2012, para aproveitar o gancho³⁸⁶ da série. Fizemos ações no Twitter subindo *hashtags*, enviamos mensagens e postais para os produtores, mas não tivemos nenhum retorno³⁸⁷” (CARTER, 2016), explicou a editora chefe do site, Avi Quijada. A produção do terceiro filme também parecia distante para Chris Carter, como relata o *showrunner*, “De vez em quando meus agentes mandavam indiretas para a Fox, mas nunca senti interesse da parte deles. Eu havia desistido da ideia³⁸⁸” (CARTER, 2016).

Em julho de 2013, a Comic Con convidou os protagonistas de *The X-Files* e os roteiristas Vince Gilligan, Howard Gordon, Darin Morgan, John Shiban, James Wong, David Amann, Glen Morgan e Chris Carter para participarem de um painel³⁸⁹ comemorativo dos 20 anos de estreia da série (FOUTCH, 2013). O evento realizado em

³⁸³ Disponível em: <https://groups.google.com/forum/#!forum/alt.tv.x-files>. Acesso em: 2 jan. 2017.

³⁸⁴ Transcrição do áudio do DVD Arquivo X – Uma série de casos (CARTER, 2016).

³⁸⁵ Disponível em: www.xfilesnews.com. Acesso em: 14 nov. 2016.

³⁸⁶ No último episódio de *The X-Files*, exibido em 19 de maio de 2002, Mulder descobre que a Terra seria colonizada por alienígenas em 2012.

³⁸⁷ Transcrição do áudio do DVD Arquivo X – Uma série de casos (CARTER, 2016).

³⁸⁸ Transcrição do áudio do DVD Arquivo X – Uma série de casos (CARTER, 2016).

³⁸⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=scnPMpDHmrM&t=605s>. Acesso em: 15 nov. 2016.

San Diego, na Califórnia, colocou o programa novamente em evidência e acabou chamando a atenção da Fox. “Recebi uma ligação dos CEOs do canal, Dana Walden e Gary Newman falando que estavam pensando em produzir novamente a série³⁹⁰”, disse Chris Carter (CARTER, 2016).

A proposta da emissora era seguir os moldes de produção e distribuição adotado em *24: Live Another Day*. Exibida pela Fox em 2014, a trama de Jack Bauer (Kiefer Sutherland) apresentava uma lógica de desenvolvimento proveniente da TV paga, isto é, ao invés de ter uma temporada composta por 24 episódios, foram produzidos apenas 12 episódios. O formato fez com que o retorno de *The X-Files* se tornasse viável e atraente para o elenco e para a equipe técnica.

Durante uma convenção anual de programação, em 2015, a Fox anunciou que após treze anos da exibição do *series finale*, irar produzir a décima temporada de *The X-Files*, composta por seis episódios.

4.3 A DÉCIMA TEMPORADA DE *THE X-FILES*

Para discutimos as questões que norteiam este trabalho realizamos um estudo sobre as estratégias promovidas pela emissora Fox para os episódios da décima temporada de *The X-Files* e analisamos os conteúdos (comentários, memes, fotos, montagens, etc.) compartilhados pelos telespectadores interagentes no Twitter durante a exibição da atração.

4.3.1 **Complexidade narrativa: o universo ficcional de Mulder e Scully**

Antes de discutirmos os conteúdos compartilhados no Twitter pela emissora Fox e pelos telespectadores interagentes durante a exibição dos episódios de *The X-Files*, nos Estados Unidos, é importante compreendermos o universo ficcional explorado na décima temporada da série. Para aprofundarmos o entendimento sobre a trama iremos nos pautar no método de análise da complexidade narrativa na ficção televisual proposto por Capanema (2015, 2016). Com o objetivo de levantar os traços de complexidade que compõem os programas a metodologia de análise de Capanema (2015, 2016) é dividida nas instâncias do conteúdo, da forma e do código. Como pontua a autora (2015),

³⁹⁰ Transcrição do áudio do DVD Arquivo X – Uma série de casos (CARTER, 2016).

Certamente, devemos destacar que essas três instâncias da narrativa (conteúdo, forma e código) são modelos teóricos, muitas vezes difíceis de serem observados de forma separada. Porém, tais territórios podem nos auxiliar na compreensão de como ocorre o processo de complexificação narrativa na televisão (p.5342).

A primeira instância de análise da complexidade narrativa é a do conteúdo “[...], ou seja, a história ainda virtualizada e dissociada da forma e do código” (CAPANEMA, 2015, p.5342). De acordo com Capanema (2015), nessa instância as tramas apresentam uma dubiedade em distintos aspectos como, por exemplo, no perfil dos personagens, no desenrolar dos acontecimentos narrativos e no contexto da série. Para refletir sobre essa questão, a autora cita a protagonista de *Twin Peaks*, Laura Palmer (Sheryl Lee) que ao longo das investigações de Dale Cooper (Kyle MacLachlan) vai se distanciando do arquétipo de uma adolescente frágil e pueril.

No universo ficcional de *The X-Files*, podemos observar a instância do conteúdo na dubiedade que atravessa os personagens, os arcos narrativos e até o *slogan* do programa. Os protagonistas da série possuem papéis bastante delimitados, desde o início da série, isto é, logo no episódio *Pilot*³⁹¹ se estabelece a dinâmica da crença de Mulder (David Duchovny) em oposição ao ceticismo de Scully (Gillian Anderson). Como discutimos anteriormente, grande parte do jogo cênico da atração é construído a partir dessa objeção. Entretanto, à medida que as temporadas vão ao ar os agentes do FBI apresentam ambíguas camadas de interpretação.

Apesar de ser norteadada pela objetividade da medicina forense, Scully (Gillian Anderson) é católica e carrega em seu pescoço uma cruz, essa constante contraposição entre a ciência e a fé traz dinamicidade à personagem. Já Mulder (David Duchovny), mesmo sendo caracterizado por sua subjetividade, não é adepto de nenhuma religião, chegando muitas vezes a reprimir a formação cristã de Dana (Gillian Anderson). Essa densidade psicológica dos agentes contribui para a complexidade dos arcos narrativos e torna a experiência do telespectador mais rica, já que a cada episódio novas perspectivas são apresentadas.

A ambiguidade não se restringe aos protagonistas de *The X-Files*, na décima temporada Tad O'Malley (Joel McHale) e Sveta (Annet Mahendru), peças chave para o entendimento dos *plots* de *My Struggle* e *My Struggle II*, também possuem perfis dinâmicos. O mesmo acontece nos episódios isolados com os personagens Dr. Sanjay (Chris Logan), Cynthia (Alison Wandzura), Guy Mann (Rhys Darby), Pasha (Kumail

³⁹¹ Primeiro episódio da primeira temporada, exibido em 10 de setembro de 1993.

Nanjiani) e Trashman (Tim Armstrong) todos eles vão se tornando mais densos psicologicamente ao longo do desenvolvimento da história.

Se refletirmos de modo amplo, o cerne do universo ficcional de *The X-Files* é estruturado a partir da inconstância e do distanciamento da verdade absoluta. A cada nova investigação, Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) descobriam que nada era o que parecia. As conspirações do governo, os objetos voadores não identificados, as abduções e os projetos secretos eram abordados por distintas perspectivas. Até o emblemático *slogan* da série, *the truth is out there*³⁹², faz referência a esse constante processo de descoberta.

A segunda instância de análise da complexidade narrativa estabelecida por Capanema (2015, 2016) é a da forma (estrutura narrativa), ou seja, “[...] o modo e a ordem em que a história é contada” (2015, p.5342). De acordo com a autora (2015, p.5343) esse aspecto pode ser evocado, por exemplo, no equilíbrio entre a fruição episódica e a seriada, na inserção de prólogos para contextualizar os arcos dramáticos e na criação de obras complementares a trama central. Capanema (2015) cita o exemplo de *Twin Peaks* que teve seu universo ficcional expandido em outras plataformas. Dessa forma, a história

[...] se complexifica à partir de suas obras complementares que reenviam informações narrativas e estéticas à série, enriquecendo sua compreensão e possibilitando outras camadas de interpretação (CAPANEMA, 2015, p. 5343).

A instância da forma pode ser observada no formato narratológico, nos prólogos e nas expansões da décima temporada de *The X-Files*. Os seis episódios que compõem a temporada oscilam entre a narração seriada e a episódica. Os episódios *My Struggle* e *My Struggle II* mantêm uma fruição seriada e são focados na mitologia da série, abordando temáticas como abdução de pessoas, objetos voadores não identificados e conspirações do governo. Já *Founder's Mutation*, *Home Again*, *Babylon* e *Mulder and Scully Meet the Were-Monster* seguem a narrativa episódica e apresentam tramas auto-suficientes. Nesse sentido, a formato narratológico de *The X-Files* é norteado pela estruturação híbrida entre a demanda seriada e a episódica.

Já os prólogos foram usados apenas nos episódios que exploravam a mitologia da série. O recurso, exibido antes da abertura do programa, oferecia ao telespectador uma espécie de resumo da trajetória dos protagonistas. Em *My Struggle*, Mulder (David Duchovny) narra os acontecimentos fundamentais para a compreensão, mesmo que

³⁹² A verdade ainda está lá fora em português.

perfunctória, do universo ficcional. O personagem cita, por exemplo, o desaparecimento de Samantha Mulder, a sua contratação no FBI, a parceria com Dana Scully (Gillian Anderson), o fechamento do departamento *X-Files* e os principais casos envolvendo objetos voadores não identificados.

Meu nome é Fox Mulder. Desde minha infância fui obcecado por um fenômeno global controverso. Desde que minha irmã sumiu quando eu tinha 12 anos. No que eu acreditava ser uma abdução alienígena. Minha obsessão levou-me ao FBI, onde investiguei casos paranormais através de uma unidade chamada “Arquivo X”³⁹³.

O prólogo também foi usado em *My Struggle II*, porém, no episódio de encerramento da décima temporada de *The X-Files* a narração foi feita por Scully (Gillian Anderson). Através do recurso, a personagem relata, brevemente, os principais pontos de sua carreira como agente do FBI.

Meu nome é Dana Katherine Scully. Sou uma Agente especial do FBI. Uma carreira que escolhi após me tornar médica, que prometia expandir ainda mais o meu objetivo como cientista, e como um caçadora da justiça em um mundo baseado na ciência. Logo após entrar para o FBI, pediram-me para rever o trabalho de um colega Agente, Fox Mulder, e desmascarar o “Arquivo X”³⁹⁴.

Por fim, a instância da forma (estrutura narrativa) emerge nas estratégias transmídia criadas para a décima temporada de *The X-Files*.

Tabela 3: Lista das estratégias criadas pela emissora Fox para a décima temporada de *The X-Files*.

Nome da Estratégia	Data de Lançamento	Plataforma
<i>Find the X</i>	19/11/2015	Twitter
Perfil Tad O’Malley	01/05/2015	Twitter
<i>Truth Squad – Can you handle the truth?</i>	01/05/2015	Site
<i>Do you still believe</i>	11/01/2016	Site
#ImAnXPhile	23/01/2016	Twitter
#TheXFilesTonight	24/01/2016	Twitter
#TheXFiles	25/01/2016	Twitter

³⁹³ Transcrição do áudio do DVD Arquivo X – Uma série de casos.

³⁹⁴ Transcrição do áudio do DVD Arquivo X – Uma série de casos.

<i>The Truth Revealed: Progeny</i>	29/01/2016	You Tube
<i>The Truth Revealed: Mulder and Scully</i>	19/02/2016	You Tube
<i>Case Files (Founder's Mutation)</i>	02/02/2016	You Tube
<i>Filmmaker Files (Founder's Mutation)</i>	02/02/2016	You Tube
<i>Case Files (Mulder and Scully meet the were-monster)</i>	26/01/2016	You Tube
<i>Case Files (My Struggle II)</i>	23/02/2016	You Tube
<i>Filmmaker Files (My Struggle II)</i>	23/02/2016	You Tube

Fonte: Dados da Pesquisa (2016)

Lançado em novembro de 2015, a ação *Find The X* oferecia o público conteúdos inéditos dos episódios que seriam exibidos. Para ter acesso aos vídeos, era preciso decifrar as pistas divulgadas pelo perfil da trama no Twitter, o @thexfiles. A página postava informações sobre um personagem da série, a resposta do enigma levava ao perfil pessoal do ator ou atriz que o interpreta, onde era possível visualizar um 'X'. Para que o conteúdo fosse liberado, o público tinha que retuitar a publicação até atingir o número de compartilhamentos estipulado pelo @thexfiles.



The X-Files ✓
@thexfiles

Want to play #FindTheX? We've created an online scavenger hunt with a Flock to Unlock. Get ready for our next tweet...#TheXFiles

Traduzido do inglês

19/11/15 14:57



The X-Files ✓
@thexfiles

On #TheXFiles she's sometimes called Starbuck...she has hidden the X. Find it & RT w/ #FindTheX. 10k tweets unlocks a glimpse of the truth!

Traduzido do inglês

19/11/15 14:59

Figura 28: Postagens do perfil oficial da série durante a ação #FindTheX.

Fonte: Twitter³⁹⁵



Figura 29: O perfil pessoal da atriz Gillian Anderson participa da ação e após atingir a marca de 10 mil tuítes o perfil oficial da série divulga cenas inéditas dos episódios.

Fonte: Twitter³⁹⁶

Porém, o engajamento do público continuava após a divulgação dos vídeos promocionais. Os perfis no Twitter compartilhavam frames das cenas e discutiam sobre os possíveis arcos narrativos que seriam abordados na trama. A ação no Twitter *Find The X* contou com três ‘edições’³⁹⁷ e gerou cerca de 35 mil RTs ao longo das ações.



³⁹⁵ Disponível em: <https://twitter.com/thexfiles>. Acesso em: 01 dez. 2016.

³⁹⁶ Disponível em: <https://twitter.com/thexfiles>. Acesso em: 01 dez. 2016.

³⁹⁷ Lançadas em 11 de novembro de 2015, 8 de janeiro de 2016 e 20 de janeiro de 2016. Os vídeos divulgados pela Fox estão disponíveis no perfil do canal no YouTube. THE X-FILES |Show & Not Tell: Gillian Anderson. Disponível em: <http://youtu.be/0OC2h7XpNBg>. Acesso em: 02 dez. 2016. THE X-FILES |Show & Not Tell: Mitch Pileggi. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=D0x3of_pppc. Acesso em: 02 dez. 2016. THE X-FILES |Show & Not Tell. Disponível em: <http://youtu.be/0OC2y9UiB6O>. Acesso em: 02 dez. 2016.

Figura 30: Após a divulgação dos vídeos da ação *Find the X*, o público realizou análises detalhadas de cada frame das cenas dos episódios.

Fonte: Dados da Pesquisa (2015).

Para aprofundar e, principalmente, familiarizar o público com os *plots* que envolviam o personagem Tad O'Malley (Joel McHale), o canal Fox criou um perfil³⁹⁸ fictício para o jornalista no Twitter e um site³⁹⁹ com as principais pautas abordadas no programa intra-diagético *Truth Squad with Tad O'Malley*. Na página do *microblogging* eram publicadas reportagens verídicas de veículos como, por exemplo, Huffington Post, Washinton Post e Nation sobre objetos voadores não identificados e projetos secretos envolvendo o governo estadunidense. O perfil também trocava mensagens com os usuários e recrutava membros para o *Truth Squad*. A organização, liderada por O'Malley (Joel McHale), tinha o objetivo de denunciar investigações suspeitas da CIA, FBI e NASA.



Figura 31: Captura do perfil fictício do personagem Tad O'Malley (Joel McHale) no Twitter.

Fonte: Twitter⁴⁰⁰

No site *Truth Squad - Can you handle the truth?*, editado por Tad (Joel McHale), são publicadas notícias que abordam temáticas como, por exemplo, inteligência artificial, invasão de privacidade, vazamento de informações confidenciais de governos e patentes científicas. A página é dividida nas seções ciência, tecnologia,

³⁹⁸ Disponível em: <https://twitter.com/truthsquad>. Acesso em: 02 dez. 2016.

³⁹⁹ Disponível em: <http://paper.li/e-1433288673>. Acesso em: 02 dez. 2016.

⁴⁰⁰ Disponível em: <https://twitter.com/truthsquad>. Acesso em: 02 dez. 2016.

lazer, mundo, política, arte e entretenimento, e mesmo com o encerramento da décima temporada o espaço continua sendo atualizado quinzenalmente⁴⁰¹.

Lançado na semana que antecedeu a *season premiere*, o *Do You Still Believe*⁴⁰², permitia que o público assistisse aos minutos iniciais do episódio *My Struggle*. Além das cenas inéditas, o site reunia todos os tuítes contendo a indexação *#TheXFiles*, também era possível personalizar um pôster da trama. O usuário realizava o *upload* de uma foto e os dizeres *'I still want to believe'*⁴⁰³ eram inseridos automaticamente.

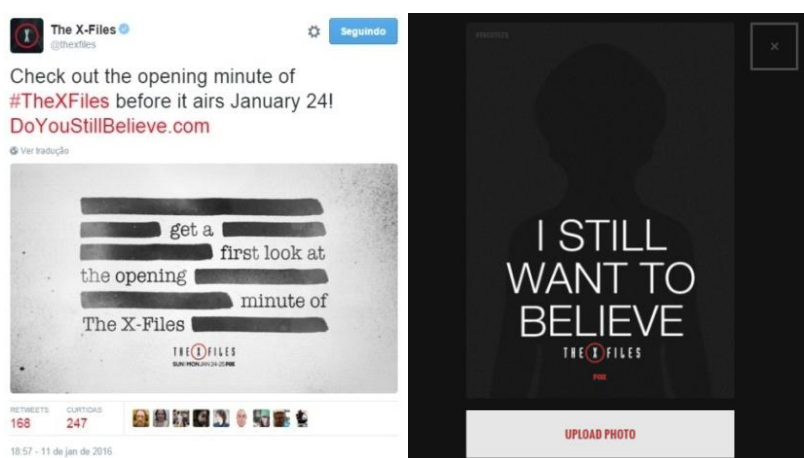


Figura 32: Lançamento do site *Do You Still Believe*, em janeiro de 2016.

Fonte: Fox⁴⁰⁴

Promovidas através do perfil de *The X-Files* no Twitter, as estratégias transmídia *#ImAnXPhile*⁴⁰⁵, *#TheXFilesTonight*⁴⁰⁶ e *#TheXFiles*⁴⁰⁷ ofereciam ao público vídeos⁴⁰⁸ com cenas inéditas dos episódios que seriam exibidos e entrevistas com os roteiristas Glen Morgan e Chris Carter, e com o ator William B. Davis (*Smoking Man*). Os conteúdos eram enviados aos usuários após a publicação das *hashtags* adotadas pelo perfil da série na rede social. Nos vídeos os roteiristas discutiam alguns dos principais

⁴⁰¹ Se refere ao dia 26 de dezembro de 2016.

⁴⁰² Disponível em: www.doyoustillbelieve.com. Acesso em: 03 dez. 2016.

⁴⁰³ Eu ainda quero acreditar em português.

⁴⁰⁴ Disponível em: <http://www.fox.com/the-x-files/>. Acesso em: 03 dez. 2016.

⁴⁰⁵ Lançada em 23 de janeiro de 2016.

⁴⁰⁶ Lançada em 24 de janeiro de 2016.

⁴⁰⁷ Lançada em 25 de janeiro de 2016.

⁴⁰⁸ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=DCNNq7iyd2I&feature=youtu.be&sf19649671=1>. Acesso em: 03 dez. 2016.

vazios informacionais do programa como, por exemplo, o fechamento do *X-Files* e o destino do *Smoking Man* (William B. Davis).

Com o intuito de aprofundar e ampliar a décima temporada da série, a emissora Fox lançou sete vídeos exclusivos para o YouTube⁴⁰⁹. Postados nos meses de janeiro e fevereiro os documentários *The Truth Revealed: Progeny*⁴¹⁰ e *The Truth Revealed: Mulder and Scully*⁴¹¹ eram centrados nos arcos narrativos que foram retomados ao longo dos seis episódios inéditos. Os conteúdos, com cerca de 4 minutos de duração, reuniam depoimentos do criador da série Chris Carter, e dos atores David Duchovny (Fox Mulder) e Gillian Anderson (Dana Scully), além de cenas do programa.



Figura 33: Capturas do documentário *The Truth Revealed: Progeny*.

Fonte: YouTube⁴¹².

The Truth Revealed: Progeny explica detalhadamente toda a trajetória de William, filho de Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson). O nascimento da criança está imbricado com a mitologia de *The X-Files* e representa uma significativa lacuna informacional na trama. Além da concepção de William ser permeada por incógnitas, na nona temporada Dana (Gillian Anderson) entrega o filho para a adoção, dessa forma os telespectadores não sabem exatamente o seu paradeiro. Nos depoimentos do documentário, Chris Carter reconstitui o arco narrativo citando os episódios que abordaram o *plot* e como o mesmo seria retomado em *My Struggle*, *Founder's Mutation*,

⁴⁰⁹ Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UC68e6tjObt_flasCFG09uEQ. Acesso em: 04 dez. 2016.

⁴¹⁰ Lançado em 29 de janeiro de 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xDI8hci47EA>. Acesso em: 04 dez. 2016.

⁴¹¹ Lançado em 19 de fevereiro de 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TZOQtsy6ng8>. Acesso em: 04 dez. 2016.

⁴¹² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xDI8hci47EA>. Acesso em: 04 dez. 2016.

Home Again e *My Struggle II*. O conteúdo aprofunda um ponto de extrema importância na décima temporada e ajuda o público na compreensão do universo ficcional.

Já *The Truth Revealed: Mulder and Scully* é focado no relacionamento de Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson). Como já discutimos anteriormente, o envolvimento dos agentes de FBI sempre foi tratado de forma subjetiva pelos roteiristas da série. Isto é, as cenas e os desenhos narrativos abordavam a temática sutilmente, deixando que o telespectador interpretasse a intenção dos personagens. No vídeo, o criador de *The X-Files* e os atores David Duchovny e Gillian Anderson revisitam os momentos centrais da relação e como esses *plots* reverberam na décima temporada. Nesse sentido, o documentário explicita trechos que ficaram por anos subtendidos e que são fundamentais para o entendimento das decisões tomadas por Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) nos novos episódios.

As tramas dos episódios *Founder's Mutation*, *Mulder and Scully Meet the Were-Monster* e *My Struggle II* também foram ampliadas no You Tube. Norteadas por arcos auto suficientes, as investigações exploradas em *Founder's Mutation* ganharam diferentes perspectivas em *Case Files*⁴¹³ e *Filmmaker Files*⁴¹⁴. O primeiro vídeo, com cerca de 3 minutos de duração, correlacionava os elementos científicos discutidos na história com pesquisas reais desenvolvidas em universidades estadunidenses. Já o segundo mostrava os bastidores das gravações, cenas que não foram ao ar na Fox e um depoimento de James Wong. O roteirista explicava a interconexão de *Founder's Mutation* com os episódios das temporadas exibidas entre 1993 e 2002.

As intertextualidades presentes na trama de *Mulder and Scully Meet the Were-Monster* nortearam a edição do *Case Files*⁴¹⁵. No conteúdo, divulgado exclusivamente no You Tube, David Duchovny, Gillian Anderson, os atores convidados Rhys Darby (Guy Mann) e Kumail Nanjiani (Pasha), e o roteirista Darin Morgan explicam as referências que permeiam a história. Apesar de não trazer nenhuma imagem inédita, ao assistir o vídeo o público tinha a oportunidade de conhecer todos os *easter eggs* do episódio e a representatividade desses elementos no universo ficcional da atração.

⁴¹³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NvbJWSCLWCQ>. Acesso em: 04 dez. 2016.

⁴¹⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pZdKuQ-h2sM>. Acesso em: 04 dez. 2016.

⁴¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NvbJWSCLWCQ>. Acesso em: 04 dez. 2016.



Figura 34: Capturas dos conteúdos postados no You Tube pelo canal estadunidense Fox.

Fonte: You Tube ⁴¹⁶

Assim como *Founder's Mutation*, *My Struggle II* também ganhou edições do *Case Files*⁴¹⁷ e do *Filmmaker Files*⁴¹⁸. A epidemia que permeia o arco narrativo do episódio final da temporada foi explicada por Chris Carter, e pelas cientistas Anne Simon e Margaret Fearon. Os depoimentos ressaltavam o embasamento científico por trás da mitologia explorada na *season finale*. Em *Filmmaker Files*, foram mostradas cenas dos bastidores e a logística de produção envolvendo a principal cena do episódio.

De maneira geral, as estratégias transmídia focadas no You Tube, possibilitaram que o público conhecesse detalhes das gravações da trama, assistisse às cenas que não foram exibidas na TV pela Fox e se aprofundasse nas temáticas discutidas durante a história. Apesar de não serem fundamentais para a compressão dos seis episódios, os vídeos discutem de forma detalhada cada um dos arcos narrativos centrais da décima temporada.

A terceira e última instância que compõe o modelo de investigação da complexidade narrativa na ficção televisiva proposto do Capanema (2015, 2016) é a do código, ou seja, a linguagem utilizada como meio de expressão. De acordo com a autora (2015, p.5343) a fruição entre a demanda episódica e a seriada possibilita que as tramas complexas transitem por distintos gêneros narrativos tais como o melodrama, o suspense e a comédia. Nesse sentido o programa não se enquadra em um único gênero. Como, por exemplo, a série *Twin Peaks* que apesar de ter características de um drama policial também apresenta elementos ligados à fantasia (CAPANEMA, 2016, p. 208).

⁴¹⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8O38AH-DZbU>. Acesso em: 04 dez. 2016.

⁴¹⁷ Disponível em: <https://youtu.be/yhZdXyT8TSY?list=PLRftsAKOR-wiDlo7foa0tn6kCbN2uvGIE>. Acesso em: 05 dez. 2016.

⁴¹⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BcmJADZtWUc>. Acesso em: 05 dez. 2016.

Outro aspecto que caracteriza a instância do código é o uso da metalinguagem, que evoca aspectos internos da história.

Nessa instância, podemos destacar dois aspectos do universo ficcional da décima temporada de *The X-Files*, a variedade de gêneros e a metalinguagem. Assim como nos 201 episódios anteriores, exibidos entre 1993 e 2002, os capítulos que integraram a nova temporada da série também transitaram distintos estilos narrativos, tais como o suspense, o drama e a comédia. Os episódios *My Struggle*, *My Struggle II*, *Founder's Mutation* e *Babylon* apresentam histórias que dialogam diretamente com o suspense, os arcos e a postura de Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) em cena são norteadas por uma constante tensão. Já *Home Again* explora o drama. O episódio tem como *plot* principal a morte de Margaret Scully (Sheila Larken) e a forma como Dana (Gillian Anderson) lida com a perda repentina da mãe. Por fim, *Mulder and Scully Meet the Were-Monster* é repleto de situações cômicas, o humor está presente tanto na linguagem corporal de David Duchovny e Gillian Anderson quanto nos acontecimentos da atração.

Segundo Mittell (2015, p.99-100), esse hibridismo narrativo de *The X-Files* consegue estabelecer algo raro no âmbito da ficção televisiva. O autor pontua que, apesar de ter como base o mesmo universo ficcional, cada um dos roteiristas da série estabelece sua própria voz dentro da história. Nesse sentido, as tramas da décima temporada apresentam estilos específicos que variam de acordo com o roteirista, estimulando a variedade de gênero na trama.

Outro aspecto da décima temporada de *The X-Files* que vai ao encontro da instância do código é o uso da metalinguagem e da auto ironia. Presente nos episódios que exploram a mitologia da série, o programa intra-diegético *Truth Squad with Tad O'Malley* apresentado por Tad O'Malley (Joel McHale) está imbricado nos arcos narrativos de *My Struggle* e *My Struggle II*. O *talk show*, que aborda temas ligados as conspirações do governo estadunidense, não só é assistido por Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) como também reverbera nas atitudes dos personagens. Como, por exemplo, quando Mulder (David Duchovny) decide ir à casa de Sveta (Annet Mahendru) após vê-la dando uma entrevista a Tad O'Malley (Joel McHale)⁴¹⁹.

⁴¹⁹ Cena referente ao episódio *My Struggle*.

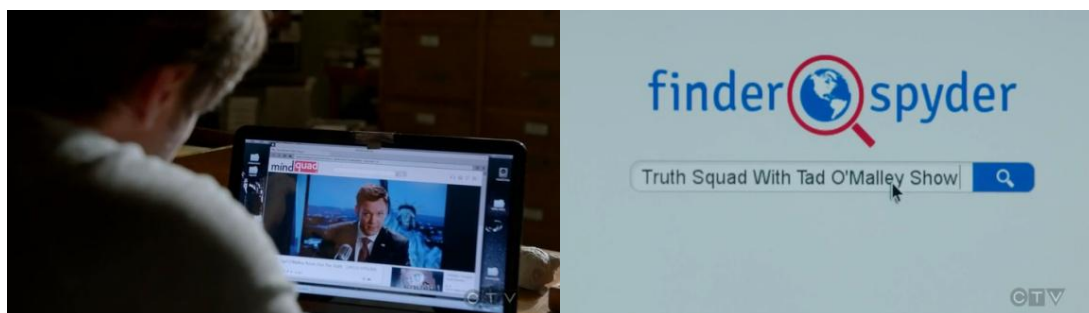


Figura 35: Na primeira captura, vemos Mulder (David Duchovny) assistindo ao *Truth Squad with Tad O'Malley* no episódio *My Struggle*. Na segunda captura, Scully (Gillian Anderson) busca o nome do programa na internet, no episódio *My Struggle II*.

Fonte: Fox⁴²⁰

Já a auto ironia emerge nas cenas de dois episódios da décima temporada de *The X-Files*, *Home Again* e *Babylon*. Em *Home Again* os agentes do FBI relembram e ironizam o fato de que Scully (Gillian Anderson) perseguia os suspeitos usando salto alto. Além de ser um ponto recorrente nas temporadas anteriores, essa questão é constantemente frisada pelos fãs e pela atriz Gillian Anderson⁴²¹ em convenções.

Scully - O que foi? Eu não atiraria no garoto.

Mulder - E não pulo mais escadas.

Scully - Nos velhos tempos, eu pulava de escadas em saltos agulha. Nos velhos tempos...

Mulder - Scully, os velhos tempos são agora.⁴²²

A comicidade também está presente na cena inicial de *Babylon*, em que Einstein (Lauren Ambrose) bate na porta da sala de Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) responde ironizando o fato de que os agentes nunca foram tratados de maneira adequada pelo FBI.

Agent Einstein - Alô!

Agent Einstein - Alguém aí?

Scully - Ninguém a não ser o mais indesejado do FBI.

Scully - Esperei por 25 anos para dizer isso.⁴²³

Desta forma, a partir da metodologia de análise proposta por Capanema (2015, 2016), podemos observar nas instâncias do conteúdo, da forma e do código o processo

⁴²⁰ Disponível em: <http://www.fox.com/the-x-files/full-episodes>. Acesso em: 01 dez. 2016.

⁴²¹ Dallas Comic Con, 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jlIctMT6JpU&t=12s>. Acesso em: 01 dez. 2016. FanExpo, 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZteQCkv9wcU>. Acesso em: 1 dez. 2016.

⁴²² Transcrição do áudio do DVD Arquivo X – Uma série de casos.

⁴²³ Transcrição do áudio do DVD Arquivo X – Uma série de casos.

de complexificação narrativa da décima temporada de *The X-Files*. Como iremos discutir no estudo de caso, o universo ficcional dialoga diretamente com o *backchannel*.

4.3.2 O engajamento na *social TV*

Como discutimos anteriormente, o perfil de *The X-Files* (@thexfiles) no Twitter desempenhou um papel importante nas estratégias transmídia da série. Entretanto, o engajamento na rede social não se restringiu aos momentos que antecederam a exibição dos episódios. Enquanto a décima temporada estava no ar, a página do programa no *microblogging* desenvolveu várias ações de *social TV*, tais como a publicação de tuítes que ressaltavam a experiência compartilhada e incentivavam a propagação e a produção de conteúdos, a troca de mensagens com os telespectadores interagentes e a realização de bate papos com o elenco da série. As estratégias da Fox também abarcavam a postagem de tuítes que além enfatizarem e ressignificarem o universo ficcional, estimulavam a leitura atenta do público.

Os conteúdos postados pelo @thexfiles durante a exibição dos episódios *My Struggle*, *Founder's Mutation*, *Mulder and Scully Meet the Were-Monster*, *Home Again*, *Babylon* e *My Struggle II* reforçavam a experiência coletiva e estimulavam o *backchannel*. Norteadas por frases como, por exemplo, ‘vamos assistir juntos’⁴²⁴, ‘estamos todos assistindo *The X-Files* juntos’⁴²⁵, ‘assistindo com a gente’⁴²⁶ e ‘todos juntos’⁴²⁷, as publicações do perfil chamavam a atenção para o laço social, ressaltando o sentido de presença do meio. Nesse contexto, a experiência televisiva formava um laço invisível em torno de todos aqueles que estavam acompanhando a série no seu horário original de exibição. Em outras palavras, mesmo estando geograficamente distantes, os telespectadores se sentiam parte de uma mesma comunidade.

Para ajudar na propagação do conteúdo, a página pedia para os telespectadores interagentes que retuitassem (RT) o tuíte com os dizeres: ‘Esta pessoa está assistindo *The X-Files*’⁴²⁸. Dessa forma, o público não só divulgava na sua *timeline* que o programa estava no ar como poderia, mesmo que indiretamente, influenciar seus seguidores a ligarem a TV.

⁴²⁴ Livre tradução para *let's watch together*.

⁴²⁵ Livre tradução para *we're all watching The X-Files together*.

⁴²⁶ Livre tradução para *watching with us*.

⁴²⁷ Livre tradução para *all together*.

⁴²⁸ Livre tradução para *this person is watching The X-Files*.

O estímulo ao *backchannel* permeou as ações de engajamento no Twitter de todos os episódios da décima temporada da atração. À medida que as cenas eram exibidas, o perfil @thexfiles incentivava os telespectadores interagentes a compartilharem memes, fotos, vídeos e, principalmente, comentários enquanto assistiam a trama.



Figura 36: O perfil oficial da série *The X-Files* ressalta a experiência coletiva da televisão e estimula os telespectadores interagentes a compartilharem suas impressões durante a exibição do episódio.

Fonte: Twitter⁴²⁹

Porém, um dos pontos mais relevantes da estratégia de *social TV* do @thexfiles era o diálogo que o perfil conseguia estabelecer com o público. Ao invés de apenas incentivar a conversação em torno do programa, a página trocava mensagens com os telespectadores interagentes sobre distintos assuntos. Além de informar os horários de reprise e detalhes da sinopse, o @thexfiles respondia as dúvidas relacionadas aos arcos narrativos e aos futuros acontecimentos da história. As publicações eram feitas em tempo real e de forma personalizada, isto é, cada menção continha um texto diferente se distanciando de *posts* mecânicos e agendados.

⁴²⁹ Disponível em: <https://twitter.com/thexfiles>. Acesso em: 10 dez. 2016.

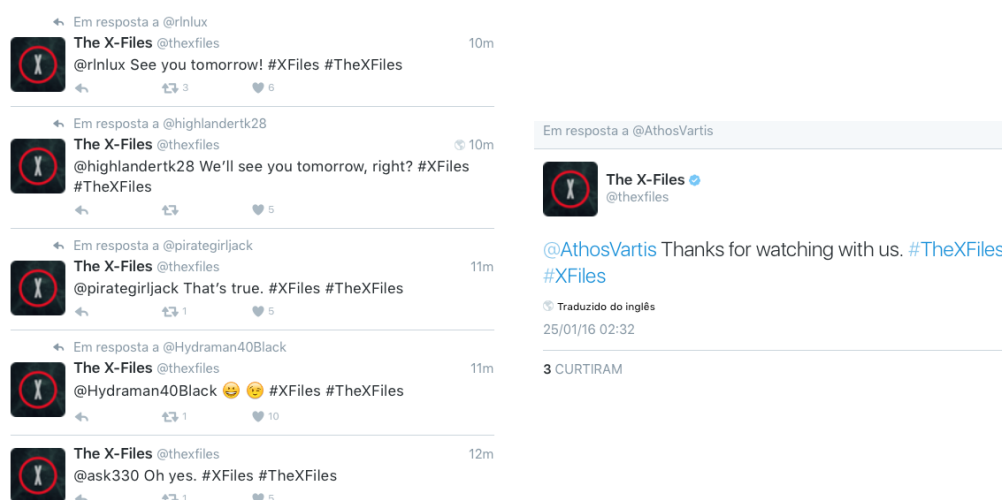


Figura 37: O perfil oficial da série *The X-Files* troca tuítes com os telespectadores interagentes durante a exibição dos episódios da décima temporada de *The X-Files*.

Fonte: Twitter⁴³⁰

Os atores Gillian Anderson⁴³¹, David Duchovny⁴³² e Mitch Pileggi⁴³³ também contribuíram para a pluralidade do *watercooler* de *The X-Files*. Através de suas contas pessoais no *microblogging* o elenco conversava com os seguidores sobre a nova temporada.

Nesse sentido, a ação da Fox não só estabelecia um diálogo com os telespectadores interagentes, como estimulava o *appointment television*. Ou seja, o público poderia até optar por assistir o programa no horário que lhe fosse mais conveniente, mas perderia a oportunidade de trocar tuítes com o elenco e tirar suas dúvidas sobre a série.

Além de se distanciar de uma comunicação unilateral o perfil da trama no Twitter valorizava as postagens do público. Durante a exibição dos seis episódios inéditos eram retuitados alguns tuítes dos telespectadores interagentes. As publicações abrangiam desde elogios sobre a atração até memes envolvendo as temáticas da história.

Norteadada pela complexidade narrativa, *The X-Files* teve seu universo ficcional desmembrado na segunda tela. Os conteúdos que integravam as ações de *social TV* do programa ajudavam na compreensão dos *plots* de *My Struggle*, *Founder's Mutation*, *Mulder and Scully Meet the Were-Monster*, *Home Again*, *Babylon* e *My Struggle II*.

⁴³⁰ Disponível em: <https://twitter.com/thexfiles>. Acesso em: 11 dez. 2016.

⁴³¹ Disponível em: <https://twitter.com/GillianA>. Acesso em: 11 dez. 2016.

⁴³² Disponível em: <https://twitter.com/davidduchovny>. Acesso em: 11 dez. 2016.

⁴³³ Disponível em: <https://twitter.com/MitchPileggi1>. Acesso em: 11 dez. 2016.

Durante a exibição dos episódios, o perfil da série no Twitter ressaltava os principais arcos das tramas por meio de fotos, GIFs e enquetes.

As fotos eram sempre acompanhadas de falas e/ou diálogos das cenas, nesse contexto a frase destacada pelo @thexfiles reproduzia um momento importante da história que iria influenciar diretamente no desenrolar da narrativa. Já os GIFs chamavam a atenção para os *plots* centrais da temporada como, por exemplo, o reencontro de Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson), o paradeiro de William, os detalhes das investigações e até os elementos característicos do universo ficcional de *The X-Files*. Ou seja, pontos recorrentes da atração que sempre permearam os episódios, tais o tema de abertura, as lanternas, as frases ‘Mulder it’s me’, ‘But Scully, aliens’ e os lápis fincados no teto do escritório. As postagens funcionavam como uma espécie de guia para o telespectador interagente, indicando os acontecimentos mais representativos do programa.



Figura 38: As postagens do perfil oficial da série *The X-Files* ressaltam o diálogo de Scully (Gillian Anderson) e Tad O'Malley (Joel McHale), arco que é apresentado no episódio *My Struggle* e influência diretamente na *season finale* da série, e as emblemáticas lanternas dos agentes do FBI, respectivamente.

Fonte: Twitter⁴³⁴

Outra estratégia adotada pelo perfil da atração no Twitter foi a apresentação dos novos personagens da décima temporada. Cada aparição de Tad O'Malley (Joel McHale) e Sveta (Sheila Larken) em *My Struggle* e *My Struggle II* era ressaltada pelo @thexfiles. Os tuítes continham a foto juntamente com nome do personagem que estava

⁴³⁴ Disponível em: <https://twitter.com/thexfiles>. Acesso em: 12 dez. 2016.

em cena e ajudavam o público a se familiarizar com os novos arcos da trama. Também foram criadas enquetes que problematizavam a índole de Tad (Joel McHale) e Sveta (Sheila Larken), as opções chamavam a atenção para os motivos que levaram os personagens a tomarem certas decisões e facilitavam o entendimento do telespectador interagente.

Porém, as ações de *social TV* criadas pela Fox para décima temporada de *The X-Files* não se limitavam ao universo ficcional da trama. Algumas cenas foram ressignificadas pelo @thexfiles, o perfil destacava uma imagem que estava no ar, mas a colocava em outro contexto. Como, por exemplo, o tuíte publicado durante a exibição de *Founder's Mutation*. A postagem mostrava Sanjay (Chris Logan) tendo um surto psicótico, entretanto se no episódio o personagem é vítima de um experimento genético, no meme o perfil fazia uma alusão com o excesso de cafeína. Com os dizeres “Nós depois de muito café⁴³⁵”, a página satirizava o comportamento de Sanjay (Chris Logan) ao relacionar a sua agitação com os efeitos causados pelo consumo do composto químico em grandes quantidades.



Figura 39: O perfil de *The X-Files* ressignifica a cena do episódio *Founder's Mutation*.

Fonte: Twitter⁴³⁶

O uso de memes ajudava na propagação dos tuítes do perfil da trama, ao explorar situações corriqueiras do dia a dia tais como, a rotina desgastante de trabalho, o engarrafamento das grandes cidades e o excesso de café, as publicações chamavam a atenção de usuários que não estavam acompanhando a série.

Por fim, a página de *The X-Files* no Twitter estimulava a leitura atenta dos telespectadores interagentes. Conforme discutimos anteriormente, os arcos narrativos da

⁴³⁵ Livre tradução para *Us after too much coffee*.

⁴³⁶ Disponível em: <https://twitter.com/thexfiles>. Acesso em: 16 dez. 2016.

série são permeados por referências ao universo ficcional e intertextualidades. Nesse contexto o perfil da atração pedia para que o público compartilhasse os *easter eggs* presentes nos episódios.

A estratégia de engajamento do canal Fox possibilitava, mesmo que indiretamente, a formação de arcações informacionais em torno desses elementos da história. Ao clicar no tuíte do perfil do programa era possível visualizar todas as respostas enviadas a partir da publicação do @thexfiles. Dessa forma, os telespectadores interagentes tinham acesso a novas perspectivas da décima temporada. Apesar de não serem fundamentais para o entendimento dos episódios os *easter eggs* ampliavam o significado das cenas. Como por exemplo, em *Mulder and Scully Meet the Were-Monster*, quando Mulder (David Duchovny) se aproxima de um túmulo com a identificação Kim Manners. Dentro da trama o nome não altera o curso de nenhum acontecimento, mas a intertextualidade é uma homenagem a um dos diretores de *The X-Files* que faleceu em 2009. O mesmo pode ser observado no plano de encerramento de *Babylon* que faz uma alusão a última cena do longa metragem *I Want to Believe*, lançado em 2008.



Figura 40: O perfil de *The X-Files* pede para que os telespectadores compartilhem os *easter eggs* presentes no episódio. Ao clicar no tuíte é possível acessar as respostas do público.

Fonte: Twitter⁴³⁷.

Em suma, as ações de *social TV* desenvolvidas pelo perfil da trama, o @thexfiles, durante a décima temporada de *The X-Files* vão além do simples estímulo ao *appointment television*. As publicações reforçam a experiência coletiva e o compartilhamento de conteúdos no Twitter de maneira síncrona à exibição dos episódios, contribuindo para a pluralidade do *backchannel*. Outro ponto importante nas estratégias adotadas pela emissora estadunidense é o diálogo com os telespectadores interagentes, isto é, cada menção ao perfil era prontamente respondida.

Os tuítes também ajudavam na compreensão do universo ficcional da série. À medida os episódios *My Struggle*, *Founder's Mutation*, *Mulder and Scully Meet the Were-Monster*, *Home Again*, *Babylon* e *My Struggle II* iam ao ar, o @thexfiles destacava cenas e *quotes* importantes no desdobramento dos arcos narrativos. Alguns momentos dos episódios eram ressignificados, dando origem a memes que ironizavam situações do dia a dia. Por fim, o perfil da atração no *microblogging* incentiva a leitura atenta do público, destacando os *easter eggs* que permearam a trama.

Desta forma, as ações do canal no âmbito da *social TV* potencializam a experiência coletiva, chamando a atenção para a comunidade imaginada formada a partir do fluxo televisivo, além de contribuírem para o aprofundamento e expansão do universo ficcional de *The X-Files*.

4.3.3 ***Backchannel*: a nova sala de estar**

Com o objetivo de discutirmos de que forma a *social TV* reforça o conceito de laço social de Wolton (1996) e de que maneira o *backchannel* engendra novas possibilidades à experiência televisiva, iremos analisar os conteúdos compartilhados pelo público no Twitter durante a exibição da décima temporada da série *The X-Files*.

O primeiro aspecto que chama atenção na conversação em rede gerada enquanto os episódios estavam no ar é o laço social. De acordo com Wolton (1996, p. 135), “Se a comunicação consiste em estabelecer alguma coisa de comum entre diversas pessoas, a televisão desempenha um papel nessa reafirmação cotidiana dos laços que juntam os

⁴³⁷ Disponível em: <https://twitter.com/thexfiles>. Acesso em: 17 dez. 2016.

cidadãos numa mesma comunidade”. No *backchannel* de *The X-Files* a comunidade imaginada construída a partir da temporalidade compartilhada pelo fluxo televisivo se configurou de várias formas, mas sempre reafirmando o laço social.

Nos minutos iniciais de cada exibição da série, os telespectadores interagentes publicavam no *microblogging* fotos com amigos, familiares e até sozinhos diante do aparelho televisivo. As postagens relatavam a euforia e a representatividade de assistir o programa no seu horário original de exibição. Nesse contexto, as imagens legitimavam o laço social da TV, isto é, ao compartilhar o conteúdo o público mostrava que, assim como seus interlocutores no Twitter, também estava assistindo a série naquele momento.



Figura 41: Os telespectadores interagentes compartilham no Twitter durante a exibição da décima temporada de *The X-Files*.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Essa necessidade de comprovação do *appointment television* não restringe a *The X-Files*, o *backchannel* de tramas populares como *Game of Thrones*, *Westworld* (2016- atual, HBO) e *The Walking Dead* (2010- atual, AMC) também são permeadas por fotos dos telespectadores interagentes diante da televisão. No ambiente da *social TV* o laço invisível que se estabelece em torno do público materializa-se através dos tuítes. A possibilidade de participar individualmente e geograficamente distante de uma atividade coletiva norteia esses relatos textuais e imagens na segunda tela.

Os telespectadores interagentes também demonstraram entusiasmo por estarem assistindo ao programa ‘ao vivo’. Diante dos hábitos de consumo contemporâneos, tais como o uso de plataformas *on demand* e o *download* ilegal de conteúdo, acompanhar

uma trama no seu horário original de exibição e, principalmente, pela televisão é cada vez mais raro. Entretanto, no caso de *The X-Files* a excitação do público vai além da fragmentação da audiência. A décima temporada marca o retorno da série após um hiato de 13 anos, dessa forma uma parcela dos telespectadores interagentes foi tomada pela nostalgia de ter a oportunidade de assistir novamente a atração.

Influenciados pela ação de engajamento *The X-Files 201 Days*⁴³⁸, que propunha uma maratona coletiva dos 201 episódios do programa, alguns telespectadores interagentes relataram em seus tuítes que era a primeira vez que eles estavam acompanhando a trama ‘ao vivo’ e pela TV. A estratégia da emissora Fox dialoga com o conceito de reassistência⁴³⁹, segundo Mittell (2011) as narrativas complexas são dificilmente compreendidas, em sua totalidade, se assistidas somente uma vez. O autor pontua que devido ao alto nível de reassistência destes programas, os canais capitalizam o conteúdo através de reprises na grade de programação, lançamento de DVDs e parcerias com plataformas *on demand*.

Durante a ação que antecedeu a estreia da décima temporada de *The X-Files*, a Fox reeditou o box completo da série em blu-ray⁴⁴⁰ e fechou um acordo com a Netflix⁴⁴¹ para que novos títulos fossem adicionados ao catálogo do serviço. Entretanto, mesmo propondo a maratona coletiva o canal não reprisou a trama, para assistir aos episódios que integravam o *The X-Files 201 Days* o público tinha que adquirir os produtos licenciados (DVDs e blu-rays) ou acompanhar pelo Netflix e Hulu. Dessa forma, quando a décima temporada foi exibida alguns telespectadores interagentes puderam assistir pela primeira vez a trama ao vivo.

⁴³⁸ Lançada em 7 de julho de 2015 o *The X-Files 201 Days* foi a principal ação realizada pela Fox antes da estreia da décima temporada de *The X-Files*. A estratégia propunha ao público uma maratona coletiva das nove temporadas da trama. A sugestão do canal era que o telespectador assistisse a partir do dia 7 de julho, um episódio, dos 201 produzidos, por dia. Desta forma, na estreia da décima temporada, no dia 24 de janeiro de 2016, o público teria revisitado todo o universo ficcional do programa. Ver Sigiliano; Borges (2016).

⁴³⁹ *Rewatchability* no inglês.

⁴⁴⁰ Disponível em: <http://bloody-disgusting.com/news/3364573/the-x-files-seasons-1-9-coming-to-bluray/>. Acesso em: 20 dez. 2016.

⁴⁴¹ Disponível em: <http://goo.gl/xgtvXR>. Acesso em: 20 dez. 2016

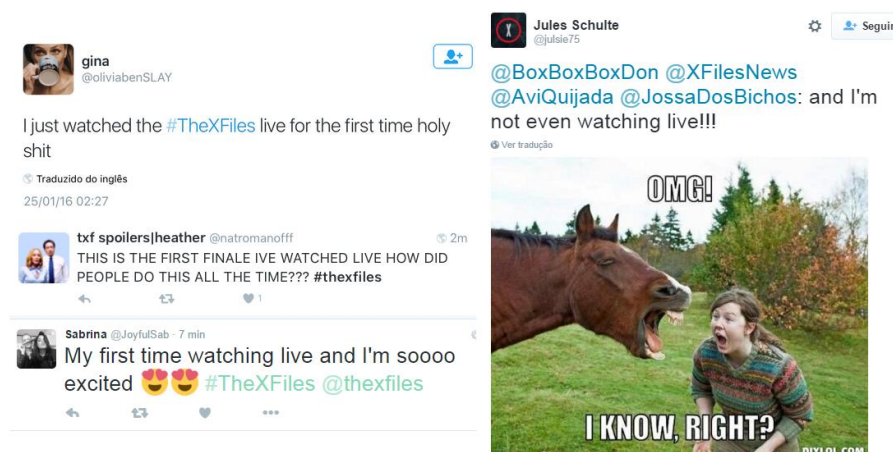


Figura 42: Os telespectadores interagentes comemoram ao assistir a trama ‘ao vivo’.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

De acordo com Jenkins (2015), todo telespectador possui um protocolo de assistência, ou seja, um ritual que é estabelecido durante a experiência televisiva. Sentar no mesmo lugar no sofá, convidar os amigos, preparar lanches para comer durante a exibição do programa, ajustar as configurações do aparelho televisivo (cor, brilho, contraste, volume, etc.) são alguns dos hábitos adotados pelo público. A questão ressaltada pelo autor (2015) pode ser observada no *backchannel* da décima temporada de *The X-Files*.

Enquanto *My Struggle*, *Founder's Mutation*, *Mulder and Scully Meet the Were-Monster*, *Home Again*, *Babylon* e *My Struggle II* estavam no ar, os telespectadores interagentes compartilharam fotos das comidas e bebidas que iriam consumir durante os episódios. Alguns lanches até faziam alusão ao universo ficcional da série como, por exemplo, *cookies* decorados com o emblemático *X* e sementes de girassol⁴⁴². Os tuítes não só reforçam o laço social, mas enfatizam o protocolo de assistência em torno do fluxo televisivo em que o público estabelece rituais ao assistir os programas.

⁴⁴² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LeEyWUQYRG8>. Acesso em: 21 dez. 2016.



Figura 43: Os telespectadores interagentes publicam fotos dos lanches durante a exibição de *The X-Files*.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Conforme defende Wolton (1996), a televisão é um objeto de conversação, a interlocução entre os telespectadores reflete no modo de produção e distribuição do meio. Porém, na *social TV* os comentários que antes ficavam restritos à sala de estar, ao círculo de amigos, familiares e colegas de trabalho são transpostos para o Twitter. A arquitetura informacional do *microblogging* potencializa e engendra novas possibilidades as discussões sobre a grade de programação. É partir deste contexto que emergem as teias colaborativas do *backchannel* da décima temporada de *The X-Files*.

Por conta de acordos comerciais, os episódios da trama não foram transmitidos simultaneamente para os territórios fora dos Estados Unidos. Desta forma, os telespectadores interagentes estadunidenses se mobilizaram para compartilhar *links* de *streaming* para que pessoas de outros países pudessem acompanhar o programa. Rapidamente as publicações se propagaram na segunda tela gerando comoção, o público relatava que apesar do fuso horário estava assistindo à série, também foram publicados memes comemorando a divulgação dos *links*.

A ação dos telespectadores interagentes estadunidenses acabou, mesmo que indiretamente, pluralizando o *backchannel*, os tuítes abrangiam distintos idiomas como, por exemplo, o português, o francês, o espanhol e o alemão. Nesse sentido, o *watercooler* ia além do território estadunidense reunindo inúmeros interlocutores em torno da trama.

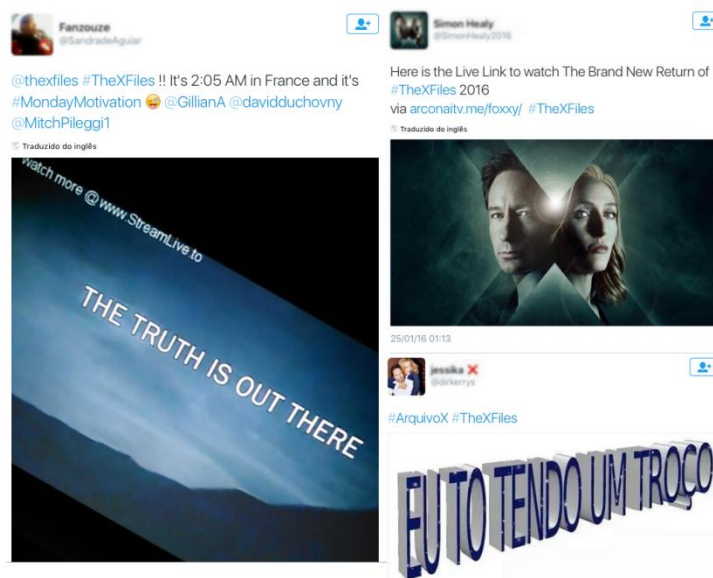


Figura 44: No sentido horário, telespectador interagente estadunidense compartilha um link para o *streaming* de um episódio de *The X-Files*, posteriormente, telespectadoras interagentes do Brasil e da França comemoram a publicação do conteúdo.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

As teias colaborativas formadas no *backchannel* também possibilitaram que o público repercutisse os vazios informacionais que permeiam os arcos narrativos de *The X-Files*. A partir do conhecimento comum (*common knowledge*) estabelecido pelo fluxo televisivo os telespectadores interagentes se juntavam para compreender as lacunas e *cliffhangers* da história. Nesse sentido, a arquitetura informacional do Twitter norteadá pelo foco da interação social e da indexação de ideias em torno das *hashtags* engendrava a construção de comunidades momentâneas em torno da complexidade narrativa da série.

Os tuítes, publicados de maneira síncrona a exibição da grade de programação, analisavam os desdobramentos da história e, principalmente, as informações omitidas pelos roteiristas. As conexões assimétricas da rede social permitiam que os telespectadores interagentes trocassem e acessassem as mensagens de inúmeros interlocutores.

A formação dessas teias colaborativas no *backchannel* pôde ser observada, por exemplo, durante *My Struggle*. À medida que os diálogos de Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) iam ao ar, o público compartilhava teorias sobre as possíveis razões que levaram a separação dos agentes do FBI. Alguns perfis chegaram até a reunir os tuítes com as versões mais prováveis do rompimento dos personagens. Dessa forma, os telespectadores interagentes construía, mesmo que

momentaneamente, arcabouços informacionais que ajudavam na compreensão do universo ficcional.

A análise dos conteúdos compartilhados durante a exibição da décima temporada de *The X-Files* chama a atenção para as convenções narrativas da série. Cada elemento recorrente do programa era instantaneamente identificado pelo público no Twitter. Essa capacidade de reconhecimento dos aspectos característicos da história abrange distintos pontos como, por exemplo, o cenário, os personagens, os diálogos, etc.

Um dos momentos mais repercutidos pelos telespectadores interagentes foi a abertura da trama. Bastava a música tema⁴⁴³ ser executada para que o *backchannel* fosse tomado por tuítes eufóricos e nostálgicos. Em parte, essa comoção se deve a uma campanha realizada meses antes da estreia da décima temporada. Durante a Comic Con⁴⁴⁴ de Dallas, realizada em maio de 2015 nos Estados Unidos, um fã perguntou a Gillian Anderson se a Fox manteria a emblemática abertura do programa. A atriz disse não sabia qual era o plano da emissora, mas que provavelmente seria uma versão diferente da usada na década de 1990⁴⁴⁵. Imediatamente a platéia do evento se mobilizou e deu início a campanha *The X-Files Opening Credits*, que consistia em mandar tuítes com a *hashtag* #OriginalX para o perfil do canal⁴⁴⁶ pedindo para que a abertura original fosse mantida no retorno da atração. As mensagens começaram a ser enviadas pelo público presente na Comic Con, mas rapidamente ganharam apoiadores de todo o mundo. A Fox acatou o pedido dos telespectadores e manteve na décima temporada a abertura original da série.

⁴⁴³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hAAIDoAtV7Y>. Acesso em: 23 dez. 2016.

⁴⁴⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jllctMT6JpU&t=12s>. Acesso em: 23 dez. 2016.

⁴⁴⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=C5L1Lv1HcQk>. Acesso em: 23 dez. 2016.

⁴⁴⁶ Disponível em: <https://twitter.com/FOXTV>. Acesso em: 23 dez. 2016.

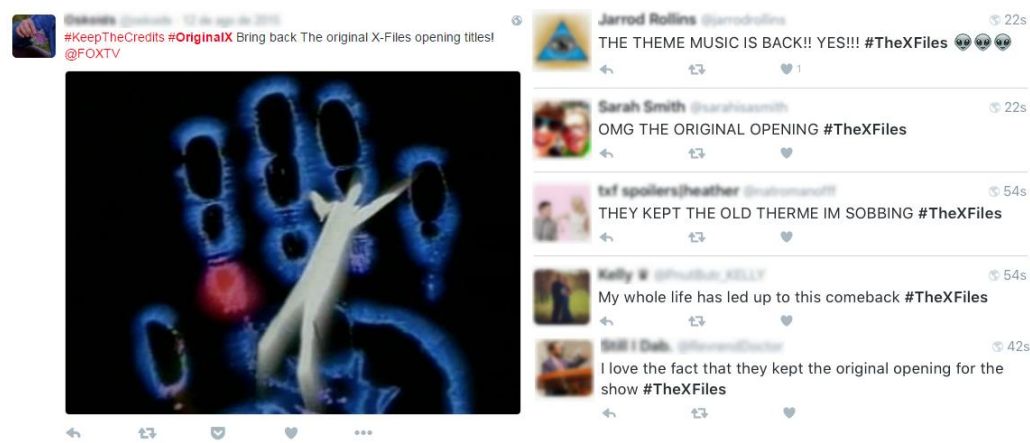


Figura 45: Na primeira captura o fã pede a Fox que use a abertura original de *The X-Files*, na segunda captura os telespectadores interagentes repercutem a exibição da sequência usada na década de 1990.

Fonte: Dados da pesquisa (2015; 2016).

Durante a exibição da décima temporada o público não só compartilhou relatos textuais repercutindo a sequência, mas produziu vídeos e memes. Como, por exemplo, um clipe postado⁴⁴⁷ no Twitter que simulava, através de uma montagem, a reação dos telespectadores ao assistirem a abertura original de *The X-Files* e um meme publicado por uma brasileira destacando a comoção que as cenas provocaram.



Figura 46: O telespectador interagente faz uma montagem reproduzindo a reação do público quando a sequência na décima temporada de *The X-Files*, o meme tuíte repercute a comoção diante da abertura original.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

As convenções narrativas de *The X-Files* também foram identificadas e discutidas pelos telespectadores interagentes em outros momentos dos episódios. A cada aparição dos personagens secundários da trama o público comentava no Twitter. Além

⁴⁴⁷O conteúdo foi publicado no Twitter e também no Facebook. Disponível em: www.facebook.com/stephen.miller.9693001/videos/1124074590966554/. Acesso em: 23 dez. 2016.

de comemorar o retorno de *Smoking Man*⁴⁴⁸ (William B. Davis), Walter Skinner (Mitch Pileggi) e dos *The Lone Gunmen*⁴⁴⁹ (Bruce Harwood, Dean Haglund e Melvin Frohik) as publicações especulavam os desdobramentos dos arcos narrativos.

Cada diálogo e frase emblemática do universo ficcional da série era instantaneamente reconhecido no *backchannel*. Como, por exemplo, durante o episódio *Mulder and Scully Meet the Were-Monster*, quando Scully (Gillian Anderson) diz: “*Mulder It’s me*”. Os telespectadores interagentes identificaram a convenção narrativa e a reproduziram na rede social de maneira imediata. Essa familiaridade que o público tem com a história se estende até aos objetivos cênicos e figurinos. As lanternas dos agentes do FBI, o pôster com os dizeres ‘*I want to believe*’, os lápis fincados no teto, o terno de Mulder (David Duchovny) e o uniforme cirúrgico de Scully (Gillian Anderson) foram enfatizados no *microblogging*.



Figura 47: Os telespectadores interagentes identificam a emblemática fala de Scully (Gillian Anderson) e as lanternas dos agentes do FBI.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A identificação das convenções narrativas da décima temporada *The X-Files* mobilizou os telespectadores interagentes de tal forma que foram criados jogos durante a exibição dos episódios. Minutos antes de o programa ir ao ar eram compartilhadas cartelas de bingo listando os pontos característicos da trama como, por exemplo, *I want to believe poster*, *Mulder screams out for Scully*, *Scully cries*⁴⁵⁰, etc. À medida que as cenas eram transmitidas o público marcava as convenções narrativas e publicava os resultados no *backchannel*.

⁴⁴⁸ O homem fumante no português.

⁴⁴⁹ Os pistoleiros solitários no português.

⁴⁵⁰ Pôster '*I want to believe poster*', Mulder grita por Scully, Scully chora (livre tradução).



My #TheXFiles bingo is going well. Thanks @MadMakNY

Traduzido do inglês



If you need to dull the pain of #TheXFiles ending tonight, here is a bingo card, you'll need it #MyStruggle2 .

Traduzido do inglês

The X-Files: My Struggle II Bingo				
Umbrellas	A bright light appears	Tad O'Malley tries to flirt with Scully	Skinner appears in the opening credits	"I'm a medical doctor"
Mulder gets beaten up	Reyes calls Scully, "Dana"	Anyone flashing a FBI badge	CSM smokes from the hole in his neck	Mulder makes a terrible joke
Scully refers to William as "my son"	Mulder meets with an informant	X Free space	Alien spaceship/ARV appears	"Mulder, it's me"
CSM refers to Mulder as "Fox"	Mulder gazes at Scully	Evidence is conveniently destroyed	Mulder shoots someone	"Conspiracy of men"
"I Want to Believe" Poster	Mulder running	Mulder screams out for Scully	Skinner and Mulder get into an argument	Mulder breaks the law

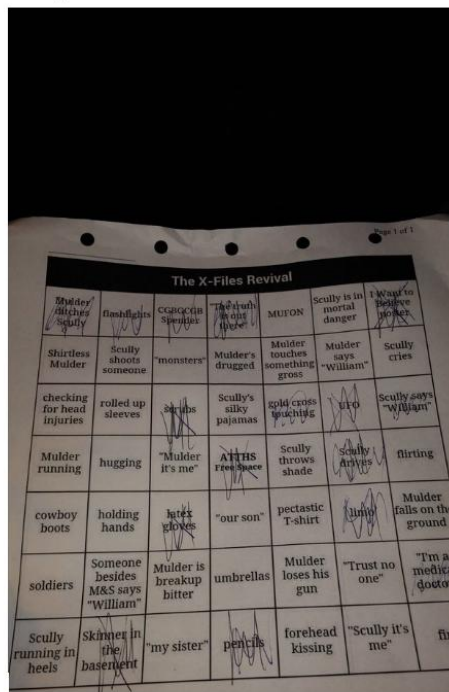


Figura 48: Os telespectadores interagentes criam cartelas de bingo com as convenções narrativas de *The X-Files*.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Entretanto, os telespectadores interagentes de *The X-Files* repercutiam não só a convenção narrativa, mas também a quebra dessa repetição. Durante a exibição da décima temporada dois momentos chamaram a atenção do público, o primeiro foi no episódio *My Struggle* quando Mulder (David Duchovny) se refere a Scully (Gillian Anderson) como Dana⁴⁵¹. Os tuítes discutiam a estranheza envolvendo o comportamento do agente do FBI, que nunca se refere à médica forense dessa forma, e especularam os motivos que levaram a essa atitude.

Já em *Founder's Mutation*, Scully (Gillian Anderson) dirige o carro dos agentes pela primeira vez. Ao longo das nove temporadas, exibidas entre 1993 e 2002, a personagem nunca conduziu o veículo durante as investigações. A quebra da convenção narrativa causou euforia no público e deu início a novos debates sobre o empoderamento feminino na trama. Os telespectadores interagentes questionaram, por

⁴⁵¹ Primeiro nome da personagem, a agente do FBI se chama Dana Katherine Scully.

exemplo, por que a médica forense não tinha uma mesa no escritório da agência federal como os personagens masculinos. Além de enviar tuítes para os perfis pessoais dos roteiristas do programa exigindo um posicionamento, o público produziu memes que ironizavam o assunto.

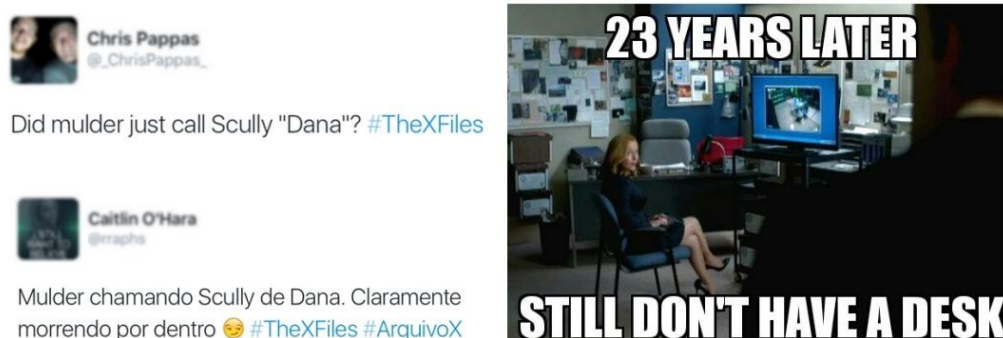


Figura 49: Os telespectadores interagentes ressaltam o momento em que Mulder (David Duchovny) chamou Scully (Gillian Anderson) de Dana e ironizam que mesmo após 23 anos da estreia da série da TV, a médica forense ainda não tem uma mesa no escritório do FBI.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

O conhecimento que os telespectadores interagentes tinham das convenções narrativas do universo ficcional da série possibilitou o aprofundamento das tramas apresentadas nos episódios. Dessa forma, mesmo que o público não compartilhasse suas impressões no Twitter, ao acompanhar o *backchannel* ele tinha acesso a novas perspectivas da atração. Roterizado por Glen Morgan, *Home Again*, o quarto episódio da décima temporada, é o último capítulo de uma trilogia que teve início em 1996. Conforme explica Morgan, a sequência, composta por *Home*, *Never Again*⁴⁵² e *Home Again* é focada nos desafios e confrontos pessoais de Scully (Gillian Anderson) (CARTER, 2016). “Vamos reproduzir alguns planos que foram usados anteriormente e retomar a temática da maternidade⁴⁵³”, disse o roteirista.

Durante a exibição do programa, os telespectadores interagentes foram pontuando a inter-relação entre os episódios da trilogia e a trajetória da personagem. Entretanto, a análise feita no *backchannel* foi além da proposta por Glen Morgan, ao longo de *Home Again* foram resgatados *frames* de cenas marcantes de Scully (Gillian Anderson). As imagens ressaltavam as semelhanças, tanto nos diálogos quanto no

⁴⁵² Décimo terceiro episódio da quarta temporada, exibido em 2 de fevereiro de 1997.

⁴⁵³ Transcrição do áudio do DVD Arquivo X – Uma série de casos (CARTER, 2016).

posicionamento e enquadramento dos atores, entre a décima temporada e os episódios *Beyond the Sea* e *Memento Mori*⁴⁵⁴, e aprofundavam a convenção narrativa da série.

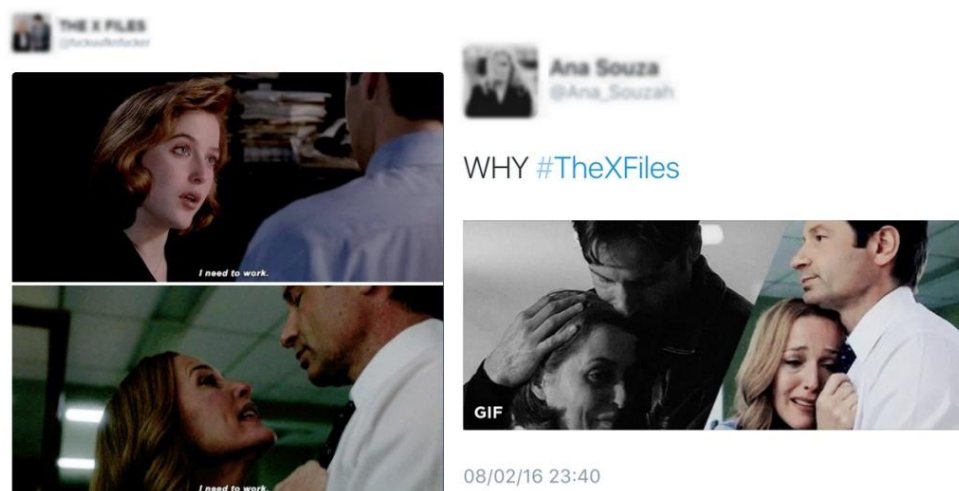


Figura 50: Os telespectadores interagentes chamam a atenção para a semelhança das cenas de *Home Again* com as dos episódios *Beyond the Sea* e *Memento Mori*.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

O modelo de *storytelling* adotado em *The X-Files*, isto é, a complexidade narrativa, é permeado por uma gama de redes intertextuais compostas por várias amarrações interpretativas. Como discutimos anteriormente, o público sempre se mobilizou em fóruns e listas de e-mail para analisar essas diversas camadas de interpretação. Entretanto, na *social TV* o debate, realizado de maneira síncrona ao fluxo televisivo, se torna mais plural e dinâmico.

Antes de refletirmos sobre as intertextualidades presentes nos episódios da atração, é importante frisar que grande parte dessas abordagens feitas pelo público no *backchannel* são elaboradas coletivamente a partir de conexões assimétricas. A arquitetura informacional do Twitter possibilita a formação de comunidades momentâneas em torno do conteúdo televisivo. Nesse sentido, os telespectadores interagentes vão contribuindo para a elaboração das análises e das teorias sem precisarem, necessariamente, seguirem uns aos outros na rede social.

Essa questão pôde ser observada, por exemplo, em *Founder's Mutation*, durante a exibição de uma cena o público começou a questionar se a atriz que interpretava a Irmã Mary (Christine Willes) também tinha participado do episódio *Eve*⁴⁵⁵. A partir de um tuíte enviado por um perfil para o @thexfiles, os telespectadores interagentes, que

⁴⁵⁴ Décimo episódio da quarta temporada, exibido em 9 de fevereiro de 1997.

⁴⁵⁵ Décimo primeiro episódio da décima primeira temporada, exibido em 10 de dezembro de 1993.

até então não se seguiam, começaram a discutir sobre o arco narrativo e chegaram a conclusão de que o *plot* não tinha sido retomado.



Figura 51: As capturas do *backchannel* mostram a formação de conexões assimétricas a partir dos debates sobre os arcos narrativos de *The X-Files*.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

O *watercooler* sobre as redes intertextuais de *The X-Files* abrangeu tanto elementos internos ao universo ficcional quanto externos. Exibido em fevereiro de 1995, o episódio *Clyde Bruckman's Final Repose*⁴⁵⁶ contava a história de um vidente que previa de que forma as pessoas iriam morrer. Durante uma cena, Scully (Gillian Anderson) pergunta a Clyde Bruckman (Peter Boyle) qual seria a causa de sua morte, ele responde que não sabe, pois a agente do FBI é imortal. Apesar da revelação não ter interferido em nada ao longo das temporadas do programa, o arco narrativo acabou chamando a atenção do público. Em sites especializados⁴⁵⁷ e fóruns⁴⁵⁸ é possível encontrar listas de evidências que certificam a imortalidade da personagem.

Roterizado por Darin Morgan, *Mulder & Scully Meet the Were-Monster* faz uma breve referência ao episódio que foi ao ar em 1995. Uma das cenas finais da trama apresenta o seguinte diálogo:

⁴⁵⁶ Quarto episódio da terceira temporada, exibido em 13 de outubro de 1995.

⁴⁵⁷ Disponível em: <https://alyssawaugh.com/2016/01/22/the-x-files-5-clues-scully-is-immortal/>. Acesso em: 24 dez. 2016.

⁴⁵⁸ Disponível em: https://www.reddit.com/r/XFiles/comments/48zlhq/so_is_scully_immortal/. Acesso em: 24 dez. 2016.

Mulder (David Duchovny): Scully é a segunda vez que se aproxima de suspeito sem reforços. O que está acontecendo? Achei que queria um tempinho com o seu homem-lagarto.

Scully (Gillian Anderson): Você esquece...eu sou imortal⁴⁵⁹ (CARTER, 2016).

Dentro da história a fala de Scully (Gillian Anderson) não teve qualquer consequência, mas no *backchannel* os telespectadores interagentes repercutiram imediatamente a amarração intertextual com *Clyde Bruckman's Final Repose*. Isto é, os tuítes postados exploram outros níveis de entendimento da cena, debatendo as razões da imortalidade da médica forense. Como, por exemplo, o chip implantado, a tatuagem de um Ouroboros, etc.



Figura 52: Os telespectadores interagentes repercutem a intertextualidade *Mulder & Scully Meet the Were-Monster*.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

As redes intertextuais da décima temporada de *The X-Files* também funcionavam como uma espécie de piada interna. Apesar de não interferirem nos desdobramentos dos arcos narrativos, as camadas interpretativas estabelecem uma relação de proximidade com o público, como se o elemento em cena fosse destinado a um grupo específico de pessoas. Esse aspecto pode ser observado, por exemplo, na recorrência do elenco de apoio e do figurino de *Mulder & Scully Meet the Were-Monster*.

Logo na cena da abertura vemos Tyler Labine e Nicole Parker Smith, os atores interpretaram um casal que tinha sido atacado por baratas em *War of the Coprophages* e

⁴⁵⁹ Transcrição do áudio do DVD Arquivo X – Uma série de casos (CARTER, 2016).

por um monstro submarino em *Quagmire*⁴⁶⁰. Porém, em momento algum da trama esses eventos passados são mencionados, cabia ao telespectador identificar a referência, agregando novos significados à história. Os tuítes compartilhados não só comemoraram o retorno dos atores, mas ressaltaram através de fotos a trajetória dos personagens no universo ficcional de *The X-Files*. Nesse contexto, o público identificava a intertextualidade e, de maneira síncrona ao fluxo televisivo, resgatava por meio de imagens a trajetória do casal. Ao acessar o *backchannel* do episódio, era possível compreender as redes intextertuais alcançando diferentes camadas interpretativas da trama.

Exibido em 1994, o episódio *Duane Barry*⁴⁶¹ possui uma cena emblemática de Mulder (David Duchovny) saindo da piscina vestindo uma sunga vermelha. Na atração a sequência, que dura cerca de seis segundos, não interfere em nada nos acontecimentos da trama, mas entre os telespectadores a imagem do agente com traje de banho é constantemente lembrada⁴⁶². Após 22 anos, durante o episódio *Mulder & Scully Meet the Were-Monster* o personagem voltou a usar a sunga e gerando euforia no Twitter. Além de postar fotos comparando as sequências de 1994 e 2016, o público lançou a *hashtag* *#redspeedo*⁴⁶³ ironizando o traje do ator.



Figura 53: Os telespectadores interagentes repercutem as redes intertextuais da décima temporada de *The X-Files*.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

⁴⁶⁰ Vigésimo segundo episódio da terceira temporada, 3 de maio de 1996.

⁴⁶¹ Quinto episódio da segunda temporada, exibido em 14 de outubro de 1994.

⁴⁶² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=w2lpQCJxcDA>. Acesso em: 25 dez. 2016.

⁴⁶³ A indexação faz alusão à cor da sunga e marca de acessórios para a prática de natação, Speedo.

As camadas interpretativas ressaltadas pelos telespectadores interagentes no *backchannel* de *The X-Files* iam além do universo ficcional da série. Escrito por Herman Melville, o livro *Moby Dick* (1851) permeou as redes intertextuais do programa diversas vezes. O pai de Scully (Gillian Anderson), William Scully (Don S. Davis), apelidou a filha de Starbuck⁴⁶⁴, já o cachorro da médica forense se chamava Queequeg⁴⁶⁵, todos eles são nomes são personagens da obra literária. O mesmo aconteceu em *Mulder & Scully Meet the Were-Monster* em que a agente do FBI adota *Dagoo*⁴⁶⁶. O público não só reconheceu imediatamente a referência a *Moby Dick* (1851) e como traçou paralelos entre o perfil de *Dagoo* na história de Melville e o arco narrativo explorado no episódio da décima temporada. O que podia ter passando despercebido, desencadeou uma análise detalhada sobre as imbricações das duas histórias.



Figura 54: O telespectador interagente destaca as referências a obra *Moby Dick* (1851) na décima temporada de *The X-Files*.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

As narrativas complexas estimulam investigações minuciosas em torno do universo ficcional. Nesse sentido, a cada cena de *The X-Files* que ia ao ar os telespectadores tentavam decodificar as camadas interpretativas propostas pelos roteiristas. No *backchannel* da série esses desmembramentos dos arcos narrativos eram feitos de maneira síncrona a exibição dos episódios e de forma colaborativa. Como, por

⁴⁶⁴ Starbuck é o comandante do capitão Ahab em *Moby Dick* (1851).

⁴⁶⁵ Queequeg é um príncipe de uma tribo canibal da Polinésia em *Moby Dick* (1851).

⁴⁶⁶ Dagoo é um príncipe africano em *Moby Dick* (1851).

exemplo, em *Founder's Mutation*, durante um diálogo com Mulder (David Duchovny) Scully (Gillian Anderson) diz:

Há um estudo publicado ano passado na Nature Communications, por Batini e Hallast, que diz que os cromossomos Y na maioria dos homens europeus pertencem a só três indivíduos da Idade do Bronze⁴⁶⁷ (CARTER, 2016).

Imediatamente o público começou a buscar o artigo científico citado pela agente do FBI. Após compartilharem *links* que direcionavam para a publicação da Nature Communications⁴⁶⁸, os telespectadores interagentes selecionaram os trechos que iam ao encontro do arco narrativo da série e ajudavam na compreensão das alterações genéticas estudadas pelo personagem Augustus Goldman (Doug Savant). O engendramento desse arcabouço informacional no *backchannel* é feito de maneira gradual e coletiva, em que cada perfil contribui de uma forma, seja propagando o tuíte através de RTs, trocando mensagens e/ou postando conteúdos.

O mesmo aconteceu em *My Struggle*, quando Scully (Gillian Anderson) cita um elemento⁴⁶⁹ da tabela periódica. Rapidamente, foram compartilhados detalhes sobre como o Moscóvio poderia ser usado como combustível para discos voadores e de que forma isso interferiria nos projetos secretos do governo estadunidense.

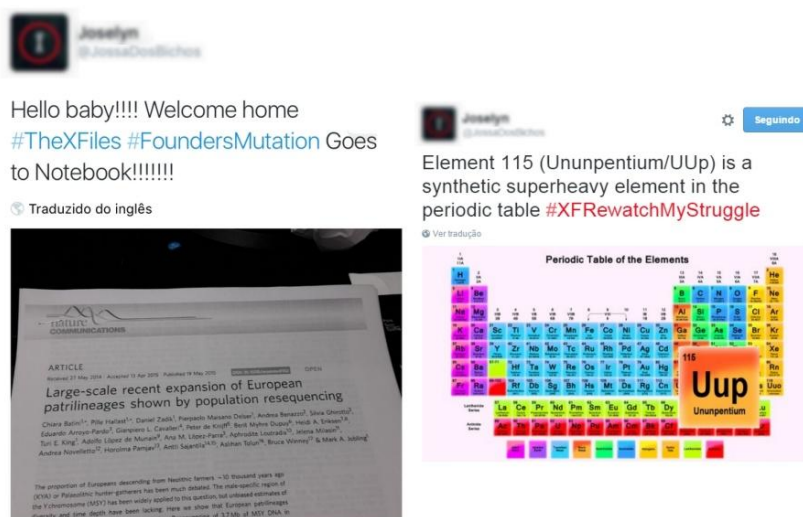


Figura 55: Os telespectadores interagentes discutem detalhes sobre os arcos narrativos de *Founder's Mutation* e *My Struggle*.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

⁴⁶⁷ Transcrição do áudio do DVD Arquivo X – Uma série de casos (CARTER, 2016)

⁴⁶⁸ Disponível em: <http://www.nature.com/articles/ncomms8152>. Acesso em: 31 dez. 2016

⁴⁶⁹ Elemento 115

A leitura atenta dos telespectadores interagentes não se restringia às convenções narrativas e às redes intertextuais, a demanda entre a fruição episódica e a seriada também foi reconhecida e discutida no Twitter. Os tuítes ressaltavam o formato do episódio e como o mesmo influenciaria no desenrolar da trama. Isto é, se os arcos dialogariam com a mitologia do programa ou se seriam auto suficientes.



Figura 56: Os telespectadores interagentes ressaltam a fruição episódio de *The X-Files*.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Em suma, os conteúdos publicados no Twitter durante a exibição de *My Struggle*, *Founder's Mutation*, *Mulder and Scully Meet the Were-Monster*, *Home Again*, *Babylon* e *My Struggle II* reforçam e legitimam o laço social de Wolton (1996), através dos tuítes, os telespectadores interagentes ressaltam a comunidade imaginada construída a partir da temporalidade compartilhada pelo fluxo televisivo. Nesse sentido, o fenômeno engendra a formação de comunidades momentâneas em torno da trama que está no ar. À medida que as cenas são exibidas o público forma uma espécie de teia colaborativa para discutir e desmembrar os complexos arcos narrativos do programa. As publicações exploram distintas camadas interpretativas, aprofundando e ampliando os *plots*.

Entretanto, é importante frisar que telespectadores de *The X-Files* sempre utilizaram o ciberespaço para debater sobre a atração. O que muda com a *social TV* é que a partir do momento em que o *watercooler* é transposto para o Twitter a experiência televisiva é ressignificada. Dessa forma, a conversação que antes ficava restrita à sala de estar, ao grupo de amigos e familiares, aos fóruns e listas de e-mails é feita de maneira

síncrona à exibição dos episódios, abrangendo inúmeros interlocutores. Seja ressaltando as convenções narrativas, os vazios informacionais, as redes intertextuais e o protocolo de assistência, o *backchannel* oferece aos telespectadores interagentes novas perspectivas sobre *The X-Files*.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises das ações de *social TV* realizadas pela emissora Fox para a décima temporada de *The X-Files* e dos conteúdos compartilhados no Twitter de maneira síncrona à exibição dos episódios ressaltam a relação intrínseca que o formato narratológico da trama tem com o *backchannel*. A complexidade narrativa permeou grande parte das estratégias adotadas pela emissora estadunidense, nesse contexto as publicações funcionaram como uma espécie de guia para os telespectadores interagentes. Cada vazão informacional, introdução de novos personagens e arcos narrativos foram enfatizados pelo canal na segunda tela. Desta forma, o telespectador interagente tinha acesso aos novos desdobramentos do universo ficcional ao acompanhar as ações desenvolvidas pelo perfil de *The X-Files*, independente de compartilhar ou não suas impressões no *microblogging*.

Outro ponto que chama a atenção na análise das publicações do canal Fox é que a *social TV* passa a funcionar como um suporte para os densos universos ficcionais da *Post-Network Television* ao estabelecer essa sinergia com o formato narratológico da décima temporada de *The X-Files*. Nesse sentido, a segunda tela atua como um prolongamento da série que está no ar, contribuindo para o aprofundamento e detalhamento da trama. Entretanto, é fundamental que os tuítes que reforçam e dissecam a complexidade narrativa dos episódios não distanciem os telespectadores interagentes do exercício cognitivo de desmembrar essas histórias. Afinal, como já discutimos neste trabalho, a profundidade dos arcos narrativos e a forma como eles demandam a leitura atenta do público são aspectos centrais das séries contemporâneas.

Ao entrelaçar o fluxo televisivo e a temporalidade *always on* do Twitter a *social TV* reforça o conceito de laço social de Wolton (1996), o caráter híbrido deste fenômeno engendra novas possibilidades de sociabilidade em torno da grade de programação. A formação de comunidades momentâneas no *backchannel* amplia o *watercooler* ao estabelecer novas formas de compartilhamento de ideias e expressões. A arquitetura informacional do *microblogging* propicia a reunião de inúmeros interlocutores geograficamente distantes e que, geralmente, não possuem relações pré existentes. Essa conversação em rede que se estabelece na *social TV* faz com que o telespectador assuma o posto de interagente, propagando e repercutindo a atração que está no ar naquele instante. Apesar de serem fugazes, ou seja, se configurarem apenas durante a exibição do programa, as comunidades momentâneas produzem conteúdos que não só ecoam as

cenar, mas que exploram novas perspectivas das séries através de fotos, montagens, memes e comentários.

O formato narratológico de *The X-Files* estimula a criação de teias colaborativas no *backchannel*. Para preencher as lacunas narrativas e explorar as intertextualidades da décima temporada da série os telespectadores interagentes criaram arcações informacionais em que cada um contribuía de uma forma para a compreensão do episódio que estava sendo exibido. Apesar de o compartilhamento de conhecimento ser uma prática comum no âmbito das produções seriadas da *Post-Network Television*, na *social TV* esses repositórios, gerados a partir das indexações e das conexões assimétricas do Twitter, são formados de maneira síncrona ao fluxo televisivo. À medida que as cenas vão ao ar o público discute a complexidade narrativa da série de forma colaborativa.

A construção de teias colaborativas no *backchannel* nos dão pistas sobre um possível desdobramento da *social TV*, em que os conteúdos compartilhados pelos telespectadores interagentes no âmbito da complexidade narrativa estabelecem modos coletivos de investigação e entendimento do programa que está no ar. Entretanto, por se configurar na arquitetura informacional do Twitter essa comunidade de conhecimento poderá ser norteadada pelo anonimato e pela efemeridade. Em outras palavras, ao contrário das comunidades virtuais dos fóruns de discussão e dos sites especializados, em que os membros possuem vínculos minimamente afetivos, no *backchannel* as relações são estabelecidas a partir da temporalidade compartilhada. Nesse contexto, além dos telespectadores interagentes não possuem vínculos pré-existentes a construção do conhecimento coletivo só acontece durante a exibição do programa.

As teias colaborativas também dialogam com as características da complexidade narrativa e da ficção seriada da *Post-Network Television*. Como discutimos ao longo da dissertação, a densidade e a amplitude dos universos ficcionais das séries exigem do público uma leitura atenta pautada em vários níveis de interpretação. Dessa forma, essas comunidades de conhecimento norteadas pelo fluxo televisivo possibilitam que telespectadores de diferentes localizações geográficas possam desmembrar em tempo real os arcos narrativos. Esse processo poderá engendrar um possível desdobramento do laço social, em que a formação de teias colaborativas passa a integrar a experiência compartilhada. Em outras palavras, o fenômeno possibilitaria uma nova forma de coletividade e socialidade em torno da experiência televisiva, aquela em que a

construção do conhecimento e do entendimento de um universo ficcional de uma narrativa seriada é feita de maneira síncrona à exibição da grade de programa com a colaboração do outro.

REFERÊNCIAS

\$einfeld rakes in \$2.7 bil. **NEW YORK POST**, 2010. Disponível em:

<<http://nypost.com/2010/06/07/einfeld-rakes-in-2-7-bil>>. Acesso em: 3 jan. 2016.

ABREU, Jorge; ALMEIDA, Pedro; BRANCO, Vasco. 2BeOn - Interactive Television Supporting Interpersonal Communication. In **Proceedings of the Eurographics Workshop in Manchester**, p. 199 – 214, 2001.

ABREU, Jorge; ALMEIDA, Pedro; MEALHA, Óscar; BRANCO, Vasco Plataforma para investigação em televisão interactiva teletrabalho: o sistema 2BeOn. **BOCC - Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, Covilhã: Universidade da Beira Interior, p.1-10, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/abreu-ferraz-sistemativ-2Beon.pdf>>. Acesso em: 23 jul. 2016.

ACIERNO, Margherita. **A tuttatv!** Nuovi modi di guardare la television al tempo di internet. Milano: Lupetti, 2012.

AMARAL, Adriana. Manifestações da performatização do gosto nos sites de redes sociais: uma proposta pelo olhar da cultura pop. In **EcoPos**, v. 17, n. 3, p. 1-16, 2014. Disponível em: <http://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/viewFile/1769pdf_51>. Acesso em: 7 nov. 2016.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas** - reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das letras, 2008.

ARNAUT, Rodrigo. Os Impactos da Segunda Tela na *Social TV*. **Revista da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão**, São Paulo, ed. 141, p.68-70, 2014.

AT&T Labs. 1970: Picturephone, Online. Disponível em:

<<http://www.corp.att.com/atlabs/reputation/timeline/70picture.html>>. Acesso em: 28 mai. 2016.

AVERSA, Staci. Social TV: 5 Keys To Successful Hashtags. **Social Times**, 2014.

Disponível em: <<http://www.adweek.com/socialtimes/social-tv-hashtags/495233?red=at>>. Acesso em: 11 set. 2016.

BARNOUW, Erik. **Tube of Plenty: The Evolution of American Television**. 3. ed. New York: Oxford University Press, 1990.

BENNETT, Tara. **Showrunners: the art of running a TV show**. London: Titan Books, 2014.

BENTON, Adrian; HILL, Shawndra. The Spoiler Effect? Designing Social TV Content That Promotes Ongoing WOM. **Conference on Information Systems and Technology**, Arizona, 2012. Disponível em: <<https://opimweb.wharton.upenn.edu/profile/33/research>>. Acesso em: 22 mai. 2015.

BERGMAN, Cory. Fox debuts iPad app in sync with TV show 'Bones'. **Lost Remote**, 2011. Disponível em: <<http://www.adweek.com/lostremote/fox-debuts-ipad-app-that-syncs-with-tv-show-bones/16558>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

BEYER, Yngvil; ENLI, Gunn Sara; MAASO, Arnt Johan; YTREBERG, Espen. **Small Talk Makes a Big Difference: Recent Developments in Interactive, SMS-Based Television**. Disponível em: <<http://www.maaso.no/Beyer.et.al.pdf>>. Acesso em: 11 nov 2013.

BOLSONI, Evandro. **Sociabilidade em Redes Digitais Sociais e Segmentadas: A reconstrução da identidade virtual digital**, 2010, 188f. Dissertação (Mestrado em Cognição e Linguagem). Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos dos Goytacazes, 2010. Disponível em: <http://www.uenf.br/Uenf/Downloads/COGNICAO_6587_1308239209.pdf>. Acesso em: 11 ago. 2016.

BOOTH, Paul. A produção de listas de fãs: memória, influência e debate no “evento” do *fandom*. In: **Matrizes**, v. 9, n.1, 2015b, São Paulo, p.85-108. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/111717>>. Acesso em: 9 jan. 2017.

_____. **Digital Fandom**: New Media Studies. Nova York: Peter Lang, 2010.

_____. **Playing Fans**: Negotiating Fandom and Media in the Digital Age (Fan Studies). Iowa: University Of Iowa Press, 2015.

BOYD, Danah M.; ELLISON, Nicole B. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. In **Journal of computer-mediated communication**, v. 12, n,1, p.210-230, 2008. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/epdf>>. Acesso em: 24 ago. 2016.

BOYD, Danah. **Social Network Sites**: Public, Private, or What?. In **Knowledge Tree**, 2007. Disponível em: <<http://www.danah.org/papers/KnowledgeTree.pdf>>. Acesso em: 1 set. 2016.

BUONANNO, Milly. Um eulogia (prematura) do *broadcast*: o sentido do fim da televisão. In: **Revista Matrizes**, São Paulo, v.9, n.1, p. 67-86, 2015. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/100674/99403>. Acesso em: 06 set. 2016.

CALDWELL, John Thornton. **Televisuality**: Style, Crisis and Authority in American Television. New Brunswick: Rutgers University Press, 1995.

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

CAPANEMA, Letícia. **Autorreferencialidade Narrativa** - Um estudo sobre estratégias de complexificação na ficção televisual, 2016, 223f. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo. 2016.

_____. Por um modelo de análise da complexidade narrativa na ficção televisual: o lúdico em evidência. In **XIV Congresso Internacional de Comunicação**, Anais Ibercom, 2015.

CARTER, Chris. **Arquivo X** - Uma série de casos. Manaus, Twentieth Century Fox Television, 2016. 3 discos/ NTSC, color, Dolby Digital 5.1.

CESAR, Pablo; GEERTS, David. Understanding Social TV: a survey. In: **NEM Summit**, n. 4., 2011. Disponível em: <<http://homepages.cwi.nl/~garcia/material/nem-summit2011.pdf>>. Acesso em: 25 jul. 2016.

CHARITON, Jordan. 'Scandal' Star Live Tweets Her Favorite Fan Comments In Real Time. **Lost Remote**, 2013. Disponível em: <<http://www.adweek.com/lostremote/scandal-star-live-tweets-her-favorite-fan-comments-in-real-time/40421>>. Acesso em: 11 set. 2016.

CHEREDAR, Tom. Miso transforms Dexter's season premiere into a 'Pop-Up Video' experience. **Venture Beat**, 2011. Disponível em: <<http://venturebeat.com/2011/09/27/miso-dexter/>>. Acesso em: 13 ago. 2016.

CLARKE, Michael. Lost and Mastermind Narration. In: **Television New Media**, vol. 11 no. 2, 2010, p.123-142. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1527476409344435>>. Acesso em: 9 jan. 2017.

CLERC, Susan J.. DDEB, GATB, MPPB and Ratboy – The X-Files media fandom online and off. In: LAVERY, David; HAGUE, Angela; CARTWRIGHT, Marla (Orgs.). **Deny All Knowledge** - Reading the X-Files. New York: Syracuse University Press, p. 36-51, 1996.

COLLETTI; Giampaolo; MATERIA, Andrea. **Social TV Guida alla nuova TV nell'era di Facebook e Twitter**. Milano: Gruppo24Ore, 2012.

COSTA, Alexandre; SIGILIANO, Daiana. A Interação Híbrida da Televisão com a Segunda Tela: Uma Análise do Aplicativo Segunda Tela – CQC. **XIII Encontro Regional de Comunicação**, Anais...Juiz de Fora, 2015.

CRAMER, Henriette; ROST, Mattias; HOLMQUIST, Lars Erik. Performing a check-in: emerging practices, norms and 'conflicts' in location-sharing using foursquare.

Proceedings of the 13th International Conference on Human Computer

Interaction with Mobile Devices and Services, 2011, p.57-66. Disponível em:

<<http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2037384>>. Acesso em: 11 ago. 2016.

CRYSTAL, David. **The Language and the Internet**. Cambridge University Press: Cambridge, 2006.

DALMONTE, Edson Fernando. Novos cenários comunicacionais no contexto das mídias interativas: o espalhamento midiático. In **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 99-115, 2015. Disponível em: <

<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/19729>>.

Acesso em: 9 jan. 2017.

DAN, Ovidiu; FENG, Junian; DAVISION, Brian D.. A Bootstrapping Approach to Identifying Relevant Tweets for Social TV. In **Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media**, Barcelona, 2011, p.462-465.

Disponível em:

<http://www.cse.lehigh.edu/~brian/pubs/2011/ICWSM/tweets_social_tv.pdf>. Acesso:

20 nov. 2016.

DIJCK, José Van. **The culture of connectivity: a critical history of social media**. Oxford University, 2013.

DONATH, Judith. S.. Identity and deception in the virtual community. KOLLOCK, Peter; SMITH, Marc (Org.). **Communities in Cyberspace**. New York: Routledge, p. 1-19, 1999.

DOS SANTOS, Márcio Carneiro. Conversando com uma API: um estudo exploratório sobre TV social a partir da relação entre o Twitter e a programação da televisão. In **Revista Geminis**, v.4, n.1, p. 89-107, 2013. Disponível em:

<<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/129>>. Acesso em: 19 nov. 2016.

DOWD, Tom; NIEDERMAN, Michael; FRY, Michael; STEIFF, Josef. **Storytelling across worlds: transmedia for creatives and producers.** London: Taylor & Francis Group, 2013.

DOYLE, Aaron. Cops - Television policing as policing reality. FISHMAN, Mark; CAVENDER, Gray (Orgs.). **Entertaining Crime - Television reality programs.** New York: Aldine de Gruyter, p. 19-104, 1998.

DUBOIS, Philip. Máquina de imagens: uma questão de linha geral. **Cinema, Vídeo, Godard.** São Paulo: Cosa & Naify, 2004.

DUMENCO, Simon. Introducing the Social-TV Ecosystem Chart 2.0. **Advertising Age**, 2013. Disponível em: <<http://adage.com/article/the-media-guy/introducing-social-tv-ecosystem-chart-2-0/243186/>>. Acesso em: 10 ago. 2016.

_____. TVtag (Formerly GetGlue) Is Paying 50 People to Watch and Tag TV All Day. **Advertising Age**, 2014. Disponível em: <<http://adage.com/article/the-media-guy/tvtag-getglue-paying-50-people-watch-tv/291360/>>. Acesso em: 11 ago. 2016.

ECO, Umberto. **Obra Aberta.** 9 ed. São Paulo: Perspectiva, 2013.

EVANS, Elizabeth. **Transmedia Television: Audiences, new media and daily life.** New York: Routledge, 2011.

FECHINE, Yvana. Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana (Orgs.). **O fim da televisão.** Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014, p.114-131.

_____. Transmidiação e Cultura Participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras. **XXIII Encontro Anual da Compós,** Anais...Pará,2014. Disponível em: <http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT14_PRATICAS_INTERACIONAIS

_E_LINGUAGENS_NA_COMUNICACAO/yvanafechine_compos2014_revisado_2268.pdf>. Acesso: 9 jan. 2017.

_____. TV Social, práticas interacionais e modos de presença: contribuição para a delimitação do conceito. **XXV Encontro Anual da Compós**, Anais...Goiânia, 2016. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/pdfformatsite_3428.pdf. Acesso em: 10 ago. 2016.

FECHINE, Yvana; FIGUEROA, Alexandre; CIRNE, Livia. Transmídiação: explorações conceituais a partir da telenovela brasileira. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo. (Org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FIGUEREDO, Vera Lúcia Follain. **Narrativas Migrantes: Literatura, Roteiro e Cinema**. Rio de Janeiro: PUC-Rio/7Letras, 2010.

Final da série '*How I Met Your Mother*' revolta fãs nas redes sociais. **FOLHA DE SÃO PAULO**, 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2014/04/1434176-final-da-serie-how-i-met-your-mother-revolta-fas-nas-redes-sociais.shtml>>. Acesso em: 11 jan. 2016.

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://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/12320/8260>> .Acesso em 7 set. 2016.

FLOMENBAUM, Adam. Checked Out: TVTag (Formerly GetGlue) to Shut Down. **Lost Remote**, 2014. Disponível em: <<http://www.adweek.com/lostremote/checked-out-tvtag-formerly-getglue-to-shut-down/49234>>. Acesso em: 12 ago. 2016.

FOUTCH, Haleigh. **Comic-Con 2013 | Paineis - 20 anos de Arquivo X**. Omelete, 2013. Disponível em: <<https://omelete.uol.com.br/series-tv/artigo/comic-con-2013-painel-20-anos-de-arquivo-x/>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

FRAGOSO, Suely. Situação TV. In MALDONADO, Alberto Efendy *et al.* (Orgs.). **Mídias e Processos Socioculturais**. São Leopoldo: Editora Unisinos, p. 101-114, 2000.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

'Game of Thrones' has broken a world record – a legal one this time. **BUSINESS INSIDER**, 2015. Disponível em: <http://www.businessinsider.com/game-of-thrones-breaks-into-guinness-world-records-2015-9>. Acesso: 3 jan. 2016.

GLEICK, James. **A informação: uma história, uma teoria, uma enxurrada**. São Paulo: Cia das Letras, 2013.

GONZÁLEZ-NEIRA, Ana; QUINTAS FROUFE, Natalia. Traditional Audience versus Social Audience: a comparative analysis on prime-time television. In **Revista Mediterránea de Comunicación**, v.5, n.1, p.105-121, 2014. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852016000100008>. Acesso em: 19 nov. 2016.

GROSS, Tom; PAUL-STUEVE, Thilo; FETTER, Mirko. Social TV from a Computer Supported Coopetative Work Perspective. Information Resources Management Association (Org.). **Virtual Communities: Concepts, Methodologies, Tools and Applications: Concepts, Methodologies, Tools and Applications**. Hershey: New York, p. 1014-1039, 2001.

GROVE, Jennifer. Extraordinary iPhone App Identifies 2.6 Million TV Shows by "Listening". **Mashable**, 2011. Disponível em: <<http://mashable.com/2011/01/31/intonow/#2S2sJDKIpPqb>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

HADDEFINIR, Henrique. **Arquivo X - 20 Anos: Os Fãs**. Omelete, 2013. Disponível em: <<https://omelete.uol.com.br/series-tv/artigo/arquivo-x-20-anos-os-fas/>>. Acesso em: 11 nov. 2016.

HARBOE, Gunnar. *et. al.* Ambient Social TV: Drawing People into a Shared Experience. **Proceedings of the Conference on Human Factors in Computing Systems** - CHI 2008. Florence: Italy, 2008.

HARBOE, Gunnar. *et. al.* Perceptions of Value: The Uses of Social Television. **5th European Conference**, EuroITV, Amsterdam, 2007

HARBOE, Gunnar. In search of social television. In: PABLO, C.; DAVID, G.; KONSTANTINOS, C. (Org.). **Social interactive television: immersive experiences and perspectives**. Hershey: New York, 2009.

_____. Introduction to Social TV. In: **Mobile TV Customizing Content and Experience**. Springer, London, 2010.

HBO Renews The Leftovers for Third and Final Season. **TV GUIDE**, 2015. Disponível em: <<http://www.tvguide.com/news/hbo-renews-the-leftovers-final-season/>>. Acesso em: 11 jan. 2016.

HIBBERD, James. **HBO**: 'Game of Thrones' piracy is a compliment. Entertainment Weekly, 2013. Disponível em: <<http://www.ew.com/article/2013/03/31/hbo-thrones-piracy>>. Acesso: 3 jan. 2016.

HILL, Shawndra. Social TV: Linking Content, Buzz and Sales. **Thinkwith Google**, 2012. Disponível em: <<http://www.thinkwithgoogle.com/columns/social-tv.html>>>. Acesso em: 03 ago.2016

HILLS, Matt. **Fan Cultures**. London: Routledge, 2002.

_____. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008.

_____. **Fans, Gamers and Bloggers: Exploring Participatory Culture**. New York: New York University Press, 2006.

_____. **Invasores do Texto** - Fãs e cultura participativa. Rio de Janeiro: Marsupial Editora, 2015.

_____. **Textual Poachers** - Television Fans & Participatory Culture. New York: Routledge, 1992

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão** - Criando Valor e Significado por Meio da Mídia Propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JOHNS, Mark .Two Screen Viewing and Social Relationships.Exploring the invisible backchannel of TV viewing. In: **Proceedings Cultural Attitudes Towards Communication and Technology**, Murdoch, p. 333-343, 2012. Disponível em: <<http://sammelpunkt.philo.at:8080/2159/>>. Acesso em: 3 ago.2016

JOHNSON, Catherine. Quality/Cult Television: The X-Files and Television History. HAMMOND, Michael; MAZDON, Lucy (Orgs.). **The Contemporary Television Series**. Edinburgh : Edinburgh University Press. p.57-74, 2005.

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

_____. **Tudo que é ruim é bom para você**: como os *games* e a TV nos tornam mais inteligentes. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

JONES, Tom. Sincronismo de mídias e suas tecnologias - Como os tablets estão se tornando parte essencial da experiência de assistir TV. **Revista da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão**, São Paulo, ed. 135, p.74-75, 2013.

JOST, François. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias? In: **Revista Matrizes**, São Paulo, v.4 n.2, p. 93-109, 2011. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/download/38294/41119>>. Acesso em: 6 set. 2016.

KHATTOU, Philippe. [Infographie] Ecosystème de la SocialTV en France pour 2014. **French Social TV**, 2014. Disponível em: <<http://www.french-socialtv.com/infographie-ecosysteme-de-la-socialtv-en-france-pour-2014/>>. Acesso em: 10 ago. 2016.

KLYM, Natalie; MONTPETIT, Marie-José. Innovation at the Edge: Social TV and Beyond. Cambridge: **MIT Communications Futures Program (CFP)**, 2008. Disponível em: <http://cfp.mit.edu/publications/CFP_Papers/Social%20TV%20Final%202008.09.01%20for%20distribution.pdf>. Acesso em: 3 ago.2016

KO, Kwang-Kyu. Structural characteristics of computer-mediated language: a comparative analysis of interchange discours. In: **The Electronic Journal of Communication**, Albany, v. 6, n.3, 1996. Disponível em: <<http://www.cios.org/EJCPUBLIC/006/3/006315.HTML>>. Acesso em: 28 ago. 2016

LAVERY, David; HAGUE, Angela; CARTWRIGHT, Maria. Generation X – The X-Files and the cultural moment. In: LAVERY, David; HAGUE, Angela; CARTWRIGHT, Marla (Orgs.). **Deny All Knowledge** - Reading the X-Files. New York: Syracuse University Press, p. 01-21, 1996.

LAWLER, Richard. Fox launches iPad companion app for Bones starting with tonight's episode. **Engadget**, 2011. Disponível em: <<https://www.engadget.com/2011/02/10/fox-launches-ipad-companion-app-for-bones-starting-with-tonight/>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

LAWLER, Ryan. Yahoo Is Shutting Down IntoNow, Nearly Three Years After Acquisition. **Tech Crunch**, 2014. Disponível em: <<https://techcrunch.com/2014/01/28/to-every-social-tv-app-turn-turn-turn/>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

LEMOS, André. **Cibercultura** - tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 6 ed. Porto Alegre: Sulina, 2013.

_____. Ciber-Socialidade. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea. In **Revista Logos, Comunicação e Universidade**, Rio de Janeiro, v.4, n. 6, p. 15-19,1997. Disponível em:< <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/14575>>. Acesso em: 9 jan. 2017.

LEVINE, Elana. Grey's Anatomy: Feminism. In: THOMPSON, Etahn; MITTELL, Jason (Eds). **How To Watch Television**. New York University Press, 2013, p.139-147.

LEVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva – Por uma Antropologia do Ciberespaço**. 9 ed. São Paulo: Loyola,2014.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de, *et al.* A autoconstrução do fã: performances e estratégias de fãs de telenovela na internet. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Org.). **Por uma Teoria de Fãs da Ficção Televisiva Brasileira**. Porto Alegre: Sulina, p. 17-64, 2015.

LOTZ, Amanda. **The Television Will Be Revolutionized**. New York: New York University Press, 2007.

LOWRY; Brian; CARTER ;Chris. **The Truth Is Out There - The Official Guide to the X-Files**. Harper Paperbacks: New York, 1995.

LUGANO, Giuseppe. Mobile networking in theory and practice. **Journal on the Internet**, Chicago, v.13, n.11, 2008. Disponível em: <<http://firstmonday.org/article/view/2232/2050>>. Acesso em: 9 set. 2016.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

_____. **Arte e Mídia**. Rio de Janeiro: Jorge Sahar, 2007.

_____. Fim da televisão? In: **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**, São Paulo, v. 18, n. 1, p. 86-97, 2011. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/8799>>. Acesso em: 3 jun. 2015.

_____. **Máquina e imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas**, ed .3, São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 2010.

_____. **No fundo das aparências**. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

MALACH, Michele. I want to believe...in the FBI – The specialagente and The X-Files . In: LAVERY, David; HAGUE, Angela; CARTWRIGHT, Marla (Orgs.). **Deny All Knowledge** - Reading the X-Files. New York: Syracuse University Press, p. 63-76, 1996.

MALYKHINA, Elena. Dockers' 'Men Without Pants' March to Super Bowl. **AdWeek**, 2010. Disponível em: <<http://www.adweek.com/news/advertising-branding/dockers-men-without-pants-march-super-bowl-101378>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

MANLY, LORNE. Post-Water-Cooler TV: How to Make a TV Drama in the Twitter Age. **The New York Times**, 2013. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2013/08/11/arts/television/how-to-make-a-tv-drama-in-the-twitter-age.html?pagewanted=all&_r=1>. Acesso em: 26 ago. 2016.

MARSHALL, Rick. Q&A: Chris Carter on The X-Files and 'The '90s: The Last Great Decade'. **Mental Floss**, 2014. Disponível em: <<http://mentalfloss.com/article/57587/qa-chris-carter-x-files-and-90s-last-great-decade>>. Acesso em: 6 out. 2016.

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

MCKENNA, Erin. Scully as Pragmatist Feminist “truths” Are Out There. In DAVIS, William B. (Org.). **The philosophy of The X-Files**, p.126-141, 2007.

MCLEAN, Adrienne L. Media Effects: Marshall McLuhan, Television Culture, and "The X-Files". In **Film Quarterly**, v. 51, n. 4, p. 2-11, 1998. Disponível em: <<http://www.ravenndragon.net/montgomery/mcluhanxfiles.pdf>>. Acesso em: 9 jan. 2017.

MEISLER, Andy. **The End and the Beginning** - The Official Guide to the X-Files. New York: Harper Paperback, 2000.

MIDHA, Anjali. Estudo: Tweetar ao vivo aumenta o volume de conversa no Twitter e cria uma audiência social para o seu programa de TV. **Twitter Blog**, 2014. Disponível em: <<https://blog.twitter.com/pt/2014/estudo-tweetar-ao-vivo-aumenta-o-volume-de-conversa-no-twitter-e-cria-uma-audi-ncia-social-para>>. Acesso em : 11 set. 2016.

MILETIC, Simone. **Showtime Proibe Blogs Brasileiros de Divulgar Poster de Dexter**. SOS Seriados de TV, 2009. Disponível em: <<http://soseriadosdetv.com/2009/06/24/showtime-proibe-blogs-brasileiros-de-divulgar-poster-de-dexter/>>. Acesso em: 8 jan. 2016.

MILLER, Liz S. Can Breaking Bad's Story Sync get viewers to give up their DVRs?. **Gigaom**, 2012. Disponível em: <<https://gigaom.com/2012/09/09/can-breaking-bads-story-sync-get-viewers-to-give-up-their-dvrs/>>. Acesso em: 17 ago. 2016.

MITTEL, Jason. **Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling**. New York: NYU Press, 2015.

_____. **Television and American Culture**. New York: Oxford University Press, 2010.

_____. Complexidade Narrativa na Televisão Americana Contemporânea. In: **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 5, n.2, p. 29-52, 2012. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/MATRIZES/article/viewArticle/8138>>. Acesso em: 9 jan. 2017.

_____. Notes on Rewatching. **Just TV**, 2011. Disponível em: <<https://justtv.wordpress.com/2011/01/27/notes-on-rewatching/>>. Acesso em: 20 dez. 2016.

_____. **Television and American Culture**. New York: Oxford University Press, 2010.

_____. Forensic fandom and the drillable text. **Spreadable Media**, 2014. Disponível em: <<http://spreadablemedia.org/essays/mittell/>>. Acesso em: 4 nov. 2016.

_____. Lost in a Great Story: Evaluation in Narrative Television (and Television Studies). In PEARSON, Roberta (Ed.). **Reading Lost**. London: I. B. Tauris, p. 119–138. 2009.

MONTPETIT, Marie-José. Building a New Digital Highway and a Global Living Room. **TEDxSilk Road**, 2012. Disponível em: <<http://tedxtalks.ted.com/video/TEDxSilkRoad-Marie-Jose-Montpet>>. Acesso em: 3 ago. 2016.

MONTPETIT, Marie-José; KLYM, Natalie; BLAIN, Emmanuel. The Future of Mobile TV: When Mobile TV Meets the Internet and Social Networking. In: **Mobile TV Customizing Content and Experience**. Springer, London, 2010.

MUNN, Patrick. **AMC To Debut ‘Halt And Catch Fire’ Opener On Tumblr**. TV Wise, 2014. Disponível em: <<http://www.tvwise.co.uk/2014/05/amc-debut-halt-catch-fire-opener-tumblr>>. Acesso em: 1 jan. 2016.

MURPHY, Karen L. COLLINS, Mauri P.. Communication Conventions in Instructional Electronic Chats. **Journal On the Internet**, Chicago, v.2, n. 11, 1997. Disponível em: <<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/558>>. Acesso em: 28 ago. 2016

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

NATHAN, Mukesh; HARRISON, Chris; YAROSH, Svetlana; *et al.* In: **Proceedings of the 1st international conference on Designing interactive user experiences for TV and video**, New York, NY, 2008, p. 85-94 .

NAVARRO, Vinicius. Os Sentidos da convergência: Entrevista com Henry Jenkins. In: **Revista Contracampo** – UFF, Niterói, n.21, 2010. Disponível em: <<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/77>> . Acesso em: 9 jan. 2017.

NBC's 'Chuck' TV Series Saved by Subway Sponsorship, **BLOOMBERG**. Disponível em: <http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=newsarchive&sid=aLYRC7x_rU.A>. Acesso em: 11 jan. 2016.

NELSON, Robin. **TV Drama in Transition: Forms, Values & Cultural Change**. Great Britain: Macmillan Press Ltd., 1997.

NEVES, Fabiana. **Propaganda Grátis para Shotime, Nunca Mais**. Guia de Seriados, 2009. Disponível em: <<http://goo.gl/ivvKZo>>. Acesso em: 8 jan. 2016.

NEWCOMB, Horace (Ed.). **Encyclopedia of Television**. New York: Taylor & Francis, 1997. Disponível em: <http://www.museum.tv/eotv/index_C.htm>. Acesso em 4 jun. 2016.

NISBET, Matthew C., DUDO, Anthony. Entertainment Media Portrayals and Their Effects on the Public Understanding of Science. In **ACS Symposium Series**, Vol. 1139, Chapter 20, pp 241–249, 2013.

ORWELL, George. **1984**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2007 [1949].

Over half of mobile phone users globally will have smartphones in 2018. **emarketer**, 2014. Disponível em: <<http://www.emarketer.com/Article/2-Billion-Consumers-Worldwide-Smartphones-by-2016/1011694>>. Acesso em: 8 ago. 2016.

PARKS, Lisa. Special agent or monstrosity? Finding the feminine in The X-Files. In: LAVERY, David; HAGUE, Angela; CARTWRIGHT, Marla (Orgs.). **Deny All Knowledge** - Reading the X-Files. New York: Syracuse University Press, p. 121-134, 1996.

PATEL, Kunur. The Short (but Packed) Social TV Timeline. **AdAge**, 2012. Disponível em: <<http://adage.com/article/digital/a-short-packed-trip-social-tv/234142/>>. Acesso em: 9 set. 2016.

_____. Verdict's in on ABC's 'My Generation' iPad App. **Advertising Age**, 2010. Disponível em: <<http://adage.com/article/digitalnext/verdict-s-abc-s-generation-ipad-app/146221/>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

Periscope users live streaming The Walking Dead face account closure. MASHABLE, 2015. Disponível em: <<http://mashable.com/2015/04/13/periscope-walking-dead/#Bb7yDNApiuqT>>. Acesso em: 8 jan. 2016.

PETERSON, Mark C. E.. The Truth Is Out There: Abduction, Aliens, and Alienation. In DAVIS, William B (Org.). **The philosophy of The X-Files**, p.17-36, 2007.

PORTER, Bartley; PORTER, Lynnette. The Adventures of Brisco County. LAVERY, D. (Org.). **The Essential Cult TV Reader**. Kentucky: University Press of Kentucky, p.15-21, 2010.

PRIMO, Alex. As *tags* no Twitter como informação contextual de afeto. **Alex Primo Site**, 2010 Disponível em: <http://alexprimo.com/2010/03/09/as_tags_no_twitter_como_informacao_conte/>. Acesso em: 11 set. 2016.

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

_____. Interação Mútua e Interação reativa: uma proposta de estudo. In **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 12, p.81-92, 2000. Disponível em:<
http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/int_mutua_reativa.pdf>. Acesso em: 9 jan. 2017.

_____. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In:**Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Brasília, v. 9, p-1-21, 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewArticle/153>>. Acesso em: 24 ago.2016.

_____. Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva. In **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/quao_interativo_hipertexto.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2016.

PRIMO, Alex; RECUERO, Raquel. Hipertexto Cooperativo: Uma Análise da Escrita Coletiva a partir dos Blogs e da Wikipédia. In: **Líbero** (FACASPER), v. IX, 2006, p. 83-93. Disponível em: < http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/hipertexto_cooperativo.pdf>. Acesso em: 12 out. 2016.

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.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet. 2. ed! Porto Alegre: Sulina, 2014.

_____. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de Redes para Mídia Social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

REEVES, Jimmie L.; RODGERS, Mark C; EPSTEIN, Michael. Rewriting Popularity-The Cult Files. In: LAVERY, David; HAGUE, Angela; CARTWRIGHT, Marla

(Orgs.). **Deny All Knowledge** - Reading the X-Files. New York: Syracuse University Press, p. 22-35, 1996.

Reisinger, Don. **'Breaking Bad' secret to success? HDTVs and Netflix**. CNET, 2013. Disponível em: <<http://www.cnet.com/news/breaking-bad-secret-to-success-hdtvs-and-netflix>>. Acesso: 2 jan. 2016.

Richwine, Lisa. **Netflix supera expectativas alcançando 62 milhões de assinantes**. Reuters, 2016. Disponível: <<http://br.reuters.com/article/internetNews/idBRKBN0N719W20150416>>. Acesso: 2 jan. 2016.

ROBIDA, A. **The Twentieth Century**, Middletown, CT: Wesleyan University Press, 2004 [1882].

RODRIGUES, Eduardo. Arquivo X - Um Estudo das Relações entre o Cinema e a Televisão. In **Biblioteca online de ciências da comunicação**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-eduardo-arquivo-x.pdf>>. Acesso em: 7 nov. 2016.

ROETTIGERS, Janko. Social TV pioneer Miso is shutting down next month. **Gigaom**, 2014. Disponível em: <<https://gigaom.com/2014/09/22/social-tv-pioneer-miso-is-shutting-down-this-week/>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

ROSE, Frank. **The Art of Immersion: How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories**. New York: W W Norton & Company, 2011.

ROSS, C.; TERRAS, M.; WARWICK, C.; WELSH, A. Enabled backchannel: conference Twitter use by digital humanists. In: **Journal of Documentation**, v. 67, n. 2, p. 214-237, 2011. Disponível em: <http://www.ucl.ac.uk/infostudies/claire-ross/Digitally_Enabled_Backchannel.pdf>. Acesso em: 8 set. 2016.

RUBIO, Fernando Galindo; BLANCO, Elena Fernández; GARCÍA, David Alameda. Analysis of uses and interaction with second screen apps in Social TV in Spain. In **Cuadernos .Info**, n.35, p. 159-175, 2014.

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

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

Saving Chuck: Dont't Applaud, Throw Money, **TIME**. Disponível em:
<<http://entertainment.time.com/2009/04/23/saving-chuck-dont-applaud-throw-money/>>.
Acesso em: 11 jan. 2016.

SCHATZ, Raimund, LYNNE, Baillei; FROHLICH, Peter; EGGER, Sebastian; GRECHENIG, Thomas. "What are you viewing?" Explore the pervasive Social TV experience. In: **Mobile TV Customizing Content and Experience**. Springer, London, 2010.

SCOLADARI, Christine; FELDER, Jenna L. Creating a pocket universe: "Shippers," fan fiction, and the X-Files online. In **Journal Communication Studies**, v.51, n.3, p. 238-257, 2000. Disponível em:
<<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10510970009388522>>. Acesso em: 7 nov. 2016.

SCONCE, Jefferey. What If? Charting television's new testual boundaries. In SPIGEL, Lynn; OLSSON, Jan (Orgs.). **Television after TV**: essays on a medium in translation. Durham: Duke Up, 2004, p. 93-112.

SHAPIRO, Marc. **All Things** - The Official Guide to the X-Files. New York: Harper Paperbacks, 2001.

Shazam and Syfy Partner to Make 'Being Human' First Taggable TV Series. **SHAZAM**, 2011. Disponível em: <<http://news.shazam.com/pressreleases/shazam-and-syfy-partner-to-make-being-human-first-tagtable-tv-series-890759>>. Acesso em: 14 ago. 2016.

SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SIGILIANO, Daiana. A importância da *hashtag* na *social TV*. **Observatório da Qualidade no Audiovisual**, 2016. Disponível em: <<http://observatoriodoaudiovisual.com.br/a-importancia-da-hashtag-na-social-tv/>>. Acesso em: 11 set. 2016.

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

_____. *Social TV: o ciber-watercooler de Pretty Little Liars e The Voice*. 2014. 97f. Monografia (Especialização em Jornalismo Multiplataforma - Faculdade de Comunicação Social) Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF, Juiz de Fora, 2014.

_____. *Social TV: um estudo exploratório das produções científicas sobre a convergência da experiência televisiva com as redes sociais*. In: **Congresso brasileiro de ciências da comunicação**, 2015, Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://goo.gl/k13MTH>>

SIGILIANO, Daiana; BORGES, Gabriela. A expansão do universo ficcional de *Homeland* na segunda tela . In **Culturas Midiáticas** (UFPB), Paraíba, v8, n2. 2015. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/viewFile/27230/14550>>. Acesso em: 9 jan. 2017.

_____. O diálogo entre a complexidade narrativa e a *social TV* no projeto XFRewatch da série *The X- Files*. **Encontro Anual da Compos** (UFG), XXV, Anais... , Goiânia, 2016. Disponível em: <<http://goo.gl/06h8BU>>. Acesso em: 20 dez. 2016.

_____. *Social TV: a sinergia entre as *hashtags* e os índices de audiência.* In **Revista GEMInIS**, São Carlos, v.1, n.2, p. 106-119, 2013. Disponível em: <<http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/148>>. Acesso em: 12 jan. 2017.

_____. *The Voice: novas formas de participação e interação na segunda tela.* In: **Revista Rumores** (USP), São Paulo, v.9. n.18, 2015. Disponível em:< <http://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/100381>>. Acesso em: 9 jan. 2017.

SILVA, Javier Pérez de. **La Televisión Ha Muerto** - La Nueva Producción Audiovisual en la Era de Internet. Barcelona: Gedisa, 2000.

SILVERSTONE, Roger. **Television And Everyday Life**. New York: Routledge, 1994.

SOUZA, Rocha Renato;ALVARENGA, Lidia. A Web Semântica e suas contribuições para a ciência da informação. In: **Ciência da Informação**, Brasília, v.33, n.1, p.132-141, 2004. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v33n1/v33n1a16.pdf>>. Acesso em: 12 ago. 2016.

State of the Media Trends in TV Viewing—2011 TV Upfronts. **NIELSEN**, 2011a. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/newswire/uploads/2011/04/State-of-the-Media-2011-TV-Upfronts.pdf>>. Acesso em: 7 ago. 2016.

Subway: Good Night, and Good 'Chuck'. **TVWEEK.**. Disponível em: <<http://www.tvweek.com/tvmojoe/2009/04/subway-good-night-and-good-chu.php>>. Acesso em 11 jan. 2016.

SUMMA, Giacomo. **Social TV: the future of television in the Internet Age**. DSpace@MIT: Massachusetts Institute of Technology, 2011.

THIERMANN, Kyle. **Interview with X Files Creator- Chris Carter**. You Tube, 2015. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=skX67bhMT1k>>. Acesso em: 20 out. 2016.

Three Screen Report. **NIELSEN**, 2011b. Disponível em: <http://www.nielsen.com/us/main/insights/nielsen_a2m2_three>. Acesso em: 7 ago. 2016.

TRINTA, Aluizio. **Anotações de aula - Estética, Redes e Linguagens**, 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/Ic1AAX>>. Acesso em: 11 set. 2016.

TV season 2015-2016 in review: the biggest social TV moments. **NIELSEN**, 2016. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/us/en/insight/news/2016/tv-season-2015-2016-in-review-the-biggest-social-tv-moments.html>>. Acesso em: 9 set. 2016.

TVShow Time is the #1 series app for iPhone and Android. **TVSHOW TIME**, 2016. Disponível em: <<https://www.tvshowtime.com/about>>. Acesso em: 15 ago. 2016.

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

WASSERMAN, Stanley; FAUST, Katherine. **Social network analysis** - Methods and applications. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1994.

WEISMAN, Jon. **Vince Gilligan Credits Netflix for AMC's 'Breaking Bad' Surviving, Thriving**. Variety, 2013. Disponível em: <<http://variety.com/2013/tv/awards/breaking-bad-amc-vince-gilligan-credits-netflix-1200660762/>>. Acesso em: 2 jan. 2016

WEST, Kelly. **Unsurprising**: Netflix Survey Indicates People Like To Binge-Watch TV. Cinema Blend, 2013. Disponível em: <<http://www.cinemablend.com/television/Unsurprising-Netflix-Survey-Indicates-People-Like-Binge-Watch-TV-61045.html>>. Acesso em: 1 jan. 2016

WILCOX, Rhonda; WILLIAMS, J. P.. What do you think? The X-Files , liminality, and gender pleasure. In: LAVERY, David; HAGUE, Angela; CARTWRIGHT, Marla (Orgs.). **Deny All Knowledge** - Reading the X-Files. New York: Syracuse University Press, p. 99-120, 1996.

WILLIAMS, Rebecca. Wandering off into soap land: Fandom, genre and shipping The West Wing. In **Journal of Audience & Reception Studies**, v.8, n.1, p. 270-295, 2011.

Disponível em:

<<http://www.participations.org/Volume%208/Issue%201/PDF/williams.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2016.

WILLIAMS, Linda Ruth. Twin Peaks: David Lynch and the Serial-Thriller Soap. HAMMOND, Michael; MAZDON, Lucy (Orgs.). **The Contemporary Television Series**. Edinburgh University Press, 2005.

WILLIAMS, Raymond. **Television: Technology and cultural form**. Glasgow: Fontana/Collins, 1979.

WOHN, D. Yvette. **History of Social Television**. Disponível em:

<<http://yvettewohn.com/2013/01/11/history-of-social-television/>>. Acesso em: nov 20 2013.

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

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público** - Uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ed. Ática, 1996.

X- Exposed: 20 things you need to know about the x-files. **TV GUIDE**, New York, p.09-14, 12 abr., 1996.

YNGE, Victor. On getting a word in edgewise. In CAMPBELL, M.A (Org.) **Papers Papers from the Sixth Regional Meeting of Chicago Linguistic Society**, Chicago Linguistic Society, Chicago, p.567–577, 1970.

ZAX, David. Grey's Anatomy Goes Dual-Screen Thursday With This "Sync" iPad App. **Fast Company**, 2011. Disponível em: <<http://www.fastcompany.com/1722925/greys-anatomy-goes-dual-screen-thursday-sync-ipad-app>>. Acesso em: 16 ago. 2016.

Zenith's spacephone. **GOOD PROBLEM**, 2009. Disponível em: <<http://goodproblem.blogspot.com.br/2009/03/zeniths-space-phone.html>>. Acesso em: 12 jun. 2016.

GLÓSSÁRIO

Appointment television

TV com hora marcada, assistir ao programa no seu horário original de exibição.

Backchannel

Canal secundário de compartilhamento de conteúdo (texto, imagem, vídeo, etc.) formado especificamente durante a exibição de um programa.

Check-in televisivo

Formato de aplicativo de segunda tela que apresenta informações sobre a grade de programação, não se restringindo a um canal ou gênero, e permite que o telespectador interagente informe o programa que está assistindo naquele momento.

Comunidade momentânea

Grupo de telespectadores interagentes que se reúnem momentaneamente no *backchannel* durante a exibição de um programa televisivo.

Live chat

Ação de *social TV* que promove um bate papo com o elenco e a equipe técnica (diretores, produtores, etc.) através do Twitter.

Second screen co-viewing

Formato de aplicativo de segunda tela destinado a atrações específicas com a função de estender o conteúdo exibido na TV para uma tela adicional.

Segunda tela

Interação paralela e sincronizada com a experiência televisiva feita através de dispositivos móveis (laptops, notebooks, smartphones e tablets).

Social TV

Compartilhamento de conteúdos (comentários, memes, vídeos, fotos, montagens, etc.) feito através das redes sociais (Twitter, Facebook, Snapchat, etc.) e dos aplicativos de

segunda tela (TVShow Time, TV Tag, Viggie, etc.) de maneira síncrona à exibição da grade de programação.

Teia Colaborativa

Durante a exibição das narrativas ficcionais seriadas os telespectadores interagentes discutem os acontecimentos da trama. Neste contexto, cada um colabora de uma maneira (comentários, fotos, capturas de tela, etc.) para a compreensão do universo ficcional.

Telespectador Interagente

O termo telespectador interagente é usado, neste trabalho, para designar o público que interage (propaga, retuíta, posta conteúdo, responde às enquetes, etc.) em um dispositivo móvel de maneira síncrona à exibição do fluxo televisivo.

Watercooler

Hábito de socializar com os amigos, familiares e colegas de trabalho por meio da discussão informal sobre a programação televisiva. O termo faz alusão aos ambientes corporativos, principalmente escritórios e grandes repartições, em que os funcionários se reuniam em torno do bebedouro para comentarem o que tinham assistido na noite anterior.

ANEXO

Ficha técnica dos episódios da décima temporada de *The X-Files*

Episódio 10x01

Título: *My Struggle*

Diretor: Chris Carter

Roteirista: Chris Carter

Data de exibição: exibido em 24 de janeiro de 2016

Sinopse: Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) retornam após 13 anos para investigar uma conspiração governamental a mando de um popular apresentador de um programa de TV e da internet. Ele apresenta a Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) uma mulher, Sveta (Annet Mahendru), que afirma ter sido abduzida por alienígenas e logo, compartilha notícias chocantes com a dupla.

Episódio 10x02

Título: *Founder's Mutation*

Diretor: James Wong

Roteirista: James Wong

Data de exibição: exibido em 25 de janeiro de 2016

Sinopse: Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) tentam descobrir a força oculta que pode ter levado um cientista a cometer suicídio e, para isso, vão até um laboratório no qual experiências genéticas extremas são realizadas e criam cobaias com poderes perigosos.

Episódio 10x03

Título: *Mulder & Scully Meet the Were-Monster*

Diretor: Darin Morgan

Roteirista: Darin Morgan

Data de exibição: exibido em 1 de fevereiro de 2016

Sinopse: Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) investigam um corpo que foi deixado na floresta e tentam determinar se trata-se do trabalho de um assassino em série, de um animal ou de uma misteriosa criatura vista por uma testemunha. Ao

mesmo tempo, um desiludido Mulder (David Duchovny) confronta alguns de seus próprios demônios.

Episódio 10x04

Título: *Home Again*

Diretor: Glen Morgan

Roteirista: Glen Morgan

Data de exibição: exibido em: 8 de fevereiro de 2016

Sinopse: Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) são enviados para investigar a morte de um oficial da cidade, crime que parece não ter sido cometido por um humano. Enquanto isso, Scully (Gillian Anderson) lida com uma tragédia pessoal, algo que traz à tona velhos sentimentos sobre a criança que ela deixou para a adoção.

Episódio 10x05

Título: *Babylon*

Diretor: Chris Carter

Roteirista: Chris Carter

Data de exibição: exibido em 15 de fevereiro de 2016

Sinopse: Quando uma galeria que exhibe artes potencialmente ofensivas é bombardeada, Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson) buscam uma forma de se comunicar com o agressor, que está em coma, para conseguir prevenir um ataque futuro. Enquanto isso, dois agentes mais jovens do FBI que trabalham no caso (convidados especiais Robbie Amell e Lauren Ambrose) forçam Mulder e Scully (Gillian Anderson) a examinarem suas próprias crenças, enquanto Dana (Gillian Anderson) busca respostas na neurociência e Fox, no misticismo.

Episódio 10x06

Título: *My Struggle II*

Diretor: Chris Carter

Roteirista: Chris Carter / Colaboradores: Dra. Anne Simon e Dra. Margaret Fearon

Data de exibição: exibido em 22 de fevereiro de 2016

Sinopse: As investigações previamente iniciadas por Mulder (David Duchovny) e Scully (Gillian Anderson), juntamente com os teóricos da conspiração e o apresentador Tad O'Malley (Joel McHale), parecem ter acordado poderosos inimigos. Uma onda de

pânico começa a se espalhar, uma vez que as pessoas do país estão ficando gravemente doentes de uma hora para outra, o que leva Scully (Gillian Anderson) a tentar encontrar uma cura. Ao mesmo tempo, Mulder (David Duchovny) confronta o homem que ele acredita estar por trás de tudo isso, mas é outra figura do passado da dupla que prova ser a chave para a salvação.