

## AS DISCUSSÕES SOBRE *THE X-FILES* NA SOCIAL TV: UMA ANÁLISE DO BACKCHANNEL DA DÉCIMA TEMPORADA

### *THE X-FILES DISCUSSIONS ON SOCIAL TV: AN ANALYSIS OF THE 10TH SEASON BACKCHANNEL*

Daiana Sigiliano \*

Gabriela Borges \*\*

#### RESUMO:

Marcada pela convergência da experiência televisiva com as novas mídias, a *social TV* se refere ao compartilhamento de conteúdos nas redes sociais e nos aplicativos de segunda tela de maneira síncrona ao fluxo televisivo. O fenômeno possibilita novas apropriações, subversões e ampliações do *watercooler*, isto é, a intermediação da conversação por plataformas digitais permite a interação em tempo real entre os telespectadores interagentes, ressignificando a experiência compartilhada. Neste contexto, este artigo tem o objetivo de refletir de que forma a *social TV* reforça o conceito de laço social de Wolton e engendra novas possibilidades à experiência televisiva. Para a discussão desta questão, analisamos os conteúdos compartilhados pelo público no Twitter durante a exibição da décima temporada da série *The X-Files*. A partir da análise qualitativa dos 33 mil tuítes postados pelos telespectadores interagentes, concluímos que, ao entrelaçar o fluxo televisivo e a temporalidade *always on* do Twitter, a *social TV* reforça o laço social de Wolton e ressignifica a experiência televisiva, possibilitando novas formas de participação, colaboração e expansão do universo ficcional.

**PALAVRAS-CHAVE:** Social TV, *The X-Files*, laço social.

#### ABSTRACT:

Marked by the convergence of television experience with new media, social TV refers to the sharing of content made through social networks and second screen applications in a synchronous way to the television flow. The phenomenon allows new appropriations,

\* Doutoranda e mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). daianasigiliano@gmail.com

\*\* Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) e doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. gabriela.borges@ufjf.edu.br

subversions and amplifications of the watercooler, that is, the intermediation of the conversation by digital platforms allows the interaction in real time between the interacting viewers, resignifying the shared experience. From this context, this article aims to reflect how social TV reinforces Wolton's concept of social bond (1996) and engenders new possibilities for the television experience. For the discussion of this issue, we analyze the content shared by the public on Twitter during the tenth season of The X-Files series. From the qualitative analysis of the 33 thousand tweets posted by the interacting viewers, we conclude that by interweaving the television stream and the always on Twitter temporality, social TV reinforces the social side of Wolton (1996) and resigns the television experience, allowing new forms of participation, collaboration and expansion of the fictional universe.

**KEYWORDS:** Social TV, The X-Files, social bond.

## INTRODUÇÃO

Apesar de ser um fenômeno recente, as discussões sobre a *social TV* tiveram início nos anos 2000. Conforme ressalta Fachine (2016), inicialmente as reflexões estavam ligadas ao âmbito da televisão interativa digital, conhecida como iTV. Posteriormente, com a popularização das redes multimodais e dos dispositivos móveis a *social TV* passou a ser designada para descrever a convergência entre a televisão e as mídias sociais (PROULX; SHEPATIN, 2012). Neste contexto, o fenômeno se refere ao compartilhamento de conteúdos (comentários, memes, vídeos, montagens, fotos etc.) nas redes sociais (Twitter, Facebook, Instagram etc.) e nos aplicativos de segunda tela<sup>1</sup> (TV Showtime, Telfie, Viggie etc.) de maneira síncrona ao fluxo televisivo (PROULX; SHEPATIN, 2012; BORGES; SIGILIANO, 2016).

No âmbito das narrativas ficcionais seriadas estadunidenses a *social TV* possibilita que os telespectadores interagentes<sup>2</sup> compartilhem suas impressões e discutam sobre os densos arcos narrativos das histórias. Neste sentido, à medida que as atrações vão ao ar o público repercute os universos ficcionais, expandindo e aprofundando as tramas. De acordo com Wolk (2015), o Twitter é a plataforma central da *social TV*. O autor afirma que o fluxo *always on*<sup>3</sup> do *microblogging* vai ao encontro da temporalidade da grade de programação, estabelecendo uma sinergia entre o presente contínuo da rede social e da televisão.

A partir deste contexto, este artigo tem o objetivo de 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. Ao ser transposto para as redes multimodais, o *watercooler* reafirma algumas de suas principais características e possibilita novas formas de participação, colaboração e expansão do universo ficcional. Para a discussão destas questões iremos analisar os conteúdos compartilhados no Twitter durante a décima temporada da série *The X-Files*, exibida pelo canal estadunidense Fox em 2016.

## A RESSIGNIFICAÇÃO DO WATERCOOLER E DA EXPERIÊNCIA COMPARTILHADA

Apesar de se configurar no atual cenário da convergência midiática, a *social TV* parte de características que sempre integraram a experiência televisiva. O âmbito televisivo é permeado pela conversação, pois independentemente 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 social”<sup>4</sup> (tradução das autoras). 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* (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 da década de 1960, durante a *Network-Era*<sup>5</sup>. 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 norteadada 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 (Ibidem), “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.

Este novo *watercooler* se configura na *social TV*. Segundo Montpetit, Klym e Blain (2010), Summa (2011), Benton e Hill (2012), 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 da 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* digitais (BENTON; HILL, 2012, p. 1, tradução das autoras)<sup>6</sup>.

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, p. 146),

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.

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 ciberespaço. 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 a 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).

Neste contexto, ao ser transposto para as redes sociais o *watercooler* ganha novas possibilidades. A conversação em rede faz com que as impressões dos telespectadores se tornem mais coletivas, públicas e dinâmicas. Entretanto, não só a conversação em torno do conteúdo televisivo é redescoberta e ampliada na *social TV*, a experiência compartilhada também ganha contornos inéditos no fenômeno.

A televisão se caracteriza pelo predomínio do fluxo sobre o arquivo, a distribuição do conteúdo se dá de forma unidirecional e regular (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 sequência ou o fluxo” (tradução das autoras)<sup>7</sup>.

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 tem 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 *ondemand*, ele precisa seguir as ordenações temporais pré-fixadas na grade.

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 o 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” independentemente 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 relacionado com o que 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. Neste 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 *ondemand*, 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 antissocial domeio. Os telespectadores deixam de assistir as atrações em grupo e se distanciam do *appointment television*<sup>8</sup>, 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 on-line que são acessadas através dos dispositivos móveis. Essas comunidades vão muito além da sala de estar, dos bairros, das cidades, dos países e dos hemisférios (tradução das autoras)<sup>9</sup>.

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.

## 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 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 quando um palestrante fala e um pequeno grupo na plateia 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*<sup>10</sup>. Esse conceito se refere ao canal 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 massivo” (tradução das autoras)<sup>11</sup>.

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.

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 à experiência televisiva a partir da arquitetura informacional das redes multimodais.

## A VERDADE AINDA ESTÁ LÁ FORA: O RETORNO DE THE X-FILES

Em meados da década de 1990 a Fox 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 (MITTELL, 2010). Depois de um longo processo de *pilot season*<sup>12</sup>, 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.

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 assistido por 12 milhões de telespectadores. De acordo com 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 e Scully descobrem uma rede de conspiração envolvendo o governo estadunidense. As agências FBI, CIA e NASA omitiam da população as reais informações dos casos classificados como *x-files*.

A série foi exibida na televisão estadunidense até 2002, totalizando nove temporadas com 201 episódios produzidos. O universo ficcional do programa também foi expandido e aprofundado através de HQs, de livros, de videogames, de dois filmes, *The X-Files: fight the future* (1998) e *The X-Files: i want to believe* (2008), e do *spin-off* *The Lone Gunmen* (2001). Após 13 anos da exibição do *series finale*<sup>13</sup>, durante uma convenção anual de programação da Fox, realizada em março de 2015, a emissora anunciou o retorno de *The X-Files*. A décima temporada da série, exibida nos Estados Unidos entre janeiro e fevereiro de 2016, foi composta por seis episódios<sup>14</sup> (*Mystruggle*, *Founder's mutation*, *Mulder and Scully meet the were-monster*, *Home again*, *Babylon* e *Mystruggle II*). Os novos arcos narrativos dão continuidade e atualizam o universo ficcional iniciado em 1993.

## O BACKCHANNEL DE THE X-FILES

Antes de analisarmos os conteúdos compartilhados pelos telespectadores interagentes durante a exibição dos episódios de *The X-Files*, é importante detalharmos a abordagem metodológica de monitoramento usada neste artigo. O processo de acompanhamento e extração dos tuítes 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. Conforme realizamos em trabalhos anteriores, a mineração do *backchannel* teve como fonte de extração de dados a API do *microblogging*, ou seja, o conjunto de rotinas, padrões e instruções de programação (SIGILIANO; BORGES, 2016; BORGES; SIGILIANO, 2016). A partir dessa base de informações, as postagens relacionadas ao contexto da série foram projetadas no Tweet Deck. Isto é, o aplicativo nativo da rede social é que permitiu a filtragem e a visualização dos tuítes.

Através da interface do Tweet Deck organizamos uma coluna de mineração que filtrava todas as postagens contendo as *hashtags* oficiais do programa e as palavras-chave relacionadas ao mesmo. A partir da delimitação das palavras-chave e das indexações, os tuítes publicados enquanto a décima temporada de *The X-Files* estava no ar foram capturados através do Snagit. 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, consistiu na observação individual das publicações por meio dos vídeos gerados no Snagit.

Em um primeiro momento focamos em filtrar manualmente os 85 mil tuítes postados pelos telespectadores interagentes e separá-los em categorias para chegarmos ao *corpus* de análise. A mineração, feita a partir da visualização das capturas do Snagit, indicou que 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.

Com o objetivo de discutir 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*. 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 da série.

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 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 ao 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 à série naquele momento.

**Figura 1:** Os telespectadores interagentes compartilham fotos no Twitter durante a exibição da décima temporada de *The X-Files*



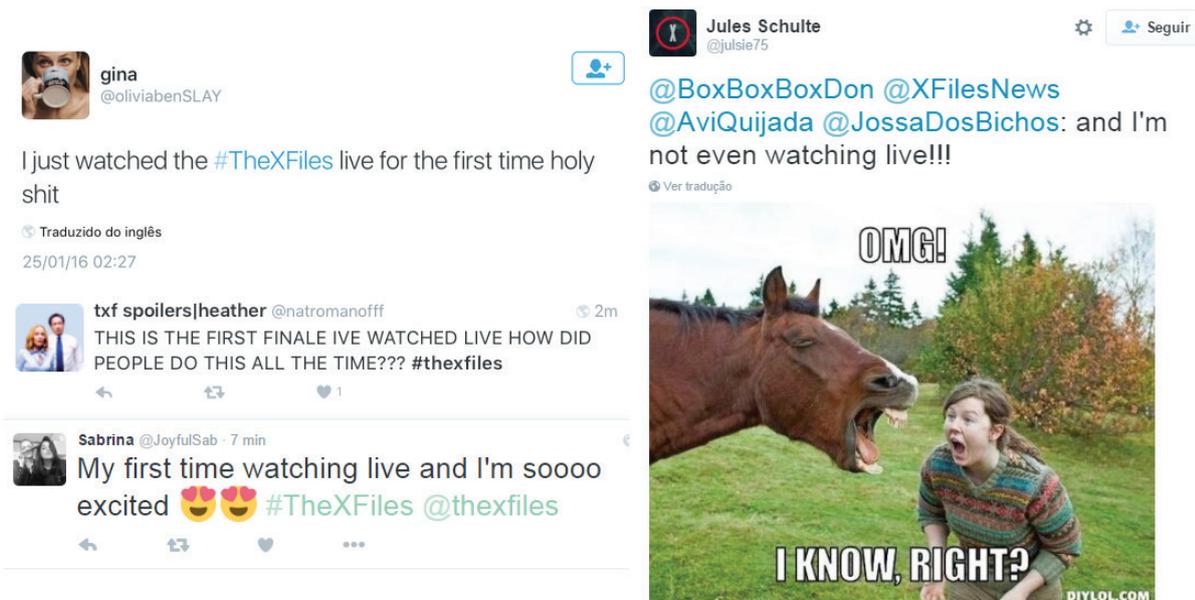
Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Os telespectadores interagentes também demonstraram entusiasmo por assistir ao programa “ao vivo”. Diante dos hábitos de consumo contemporâneos, tais como o uso de plataformas *ondemand* 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 à atração.

Influenciados pela ação de engajamento “The X-Files 201 days”<sup>16</sup>, 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. Durante a ação que antecedeu a estreia da décima temporada de *The X-Files*, a Fox reeditou o box completo da série em *blu-raye* fechou um acordo com a Netflix 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”.

**Figura 2:** 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 e ajustar as configurações do aparelho televisivo (cor, brilho, contraste, volume etc.) são alguns dos hábitos adotados pelo público. A questão ressaltada pelo autor pode ser observada no *backchannel* da décima temporada de *The X-Files*.

Enquanto a atração estava 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 *cookies* decorados com o emblemático X e sementes de girassol. 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.

**Figura 3:** Os telespectadores interagentes publicam fotos dos lanches durante a exibição de *The X-Files*



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

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 o cenário, os personagens, os diálogos etc.

Um dos momentos mais repercutidos pelos telespectadores interagentes foi a abertura da trama. Bastava a música temaser executada para que o *backchannel* fosse tomado por tuítes eufóricos e nostálgicos. Durante a exibição da atração o público não só compartilhou relatos textuais repercutindo a sequência, mas produziu vídeos e memes. Por exemplo, um clipe postado<sup>17</sup> 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 4:** O telespectador interagente faz uma montagem reproduzindo a reação do público durante a sequência de abertura na décima temporada de *The X-Files*; na imagem seguinte telespectador interagente repercute a comoção diante da abertura original



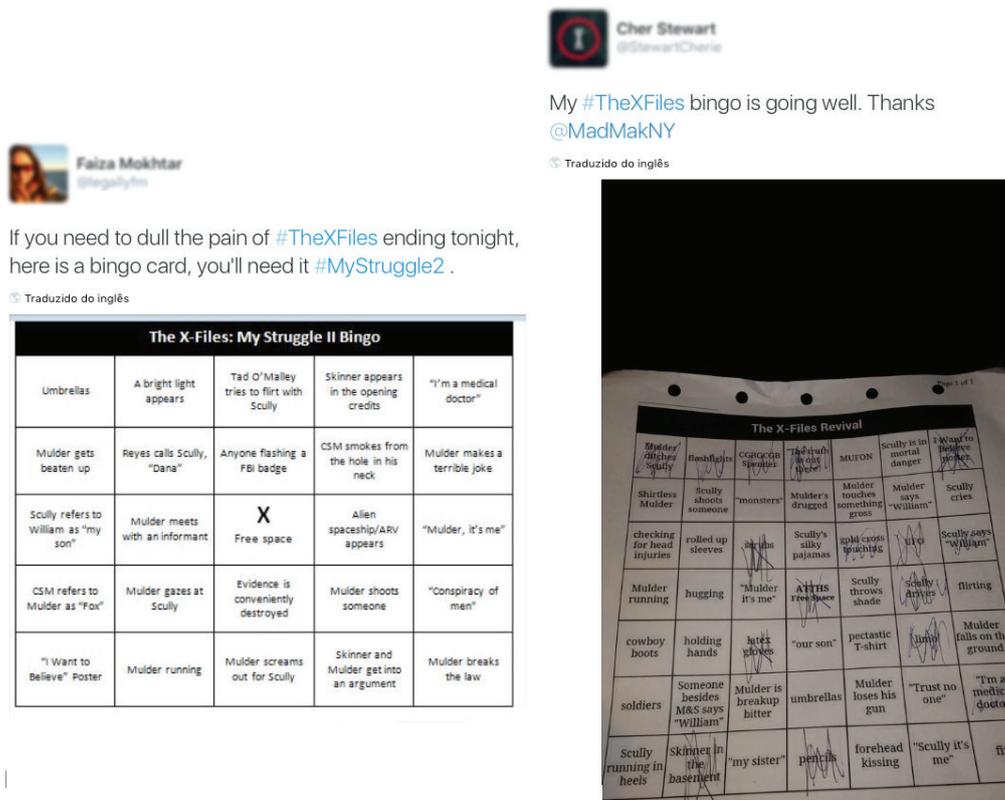
Fonte: Dados da pesquisa (2016).

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 de comemorar o retorno de *Smoking Man* (William B. Davis), Walter Skinner (MitchPileggi) e dos *The LoneGunmen* (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*. Por exemplo, durante o episódio *Mulder and Scully meet the Were-Monster*<sup>18</sup>, quando Scully 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 wanttobelive*”, os lápis fincados no teto, o terno de Mulder e o uniforme cirúrgico de Scully foram enfatizados no *microblogging*.

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, por exemplo, *I wanttobelive poster*, *Mulder screams out for Scully*, *Scully cries*<sup>19</sup> etc. À medida que as cenas eram transmitidas, o público marcava as convenções narrativas e publicava os resultados no *backchannel*.

**Figura 5:** Os telespectadores interagentes criam cartelas de bingo com as convenções narrativas de *The X-Files*

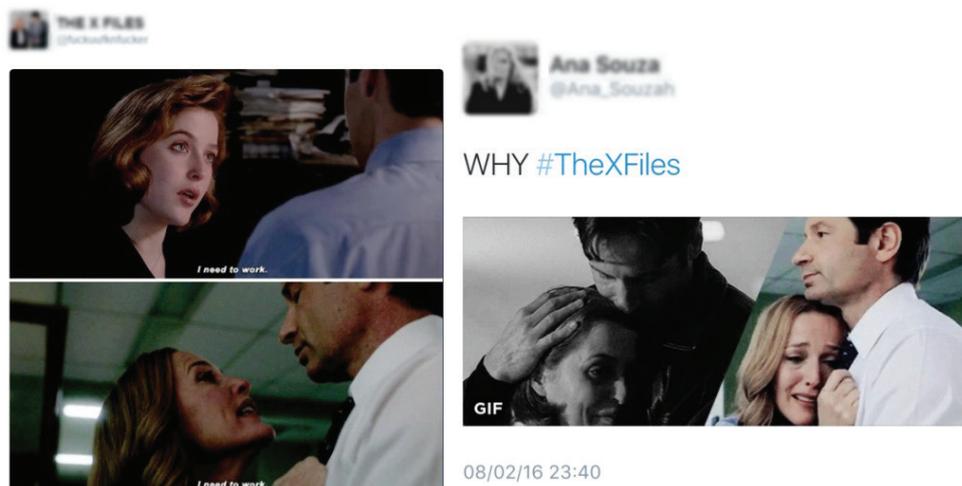


Fonte: Dados da pesquisa (2016).

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. Roteirizado por Glen Morgan, *Home again*<sup>20</sup>, 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*<sup>21</sup>, *Neveragain*<sup>22</sup> e *Home againé* focada nos desafios e confrontos pessoais de Scully (CARTER, 2016).

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. As imagens ressaltavam as semelhanças, tanto nos diálogos quanto no posicionamento e enquadramento dos atores, entre a décima temporada e os episódios *Beyondthesea*<sup>23</sup> e *Memento mori*<sup>24</sup>, e aprofundavam a convenção narrativa da série.

**Figura 6:** Os telespectadores interagentes chamam a atenção para a semelhança entre as cenas de *Home Again* e as dos episódios *BeyondtheSea* e *Memento Mori*



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

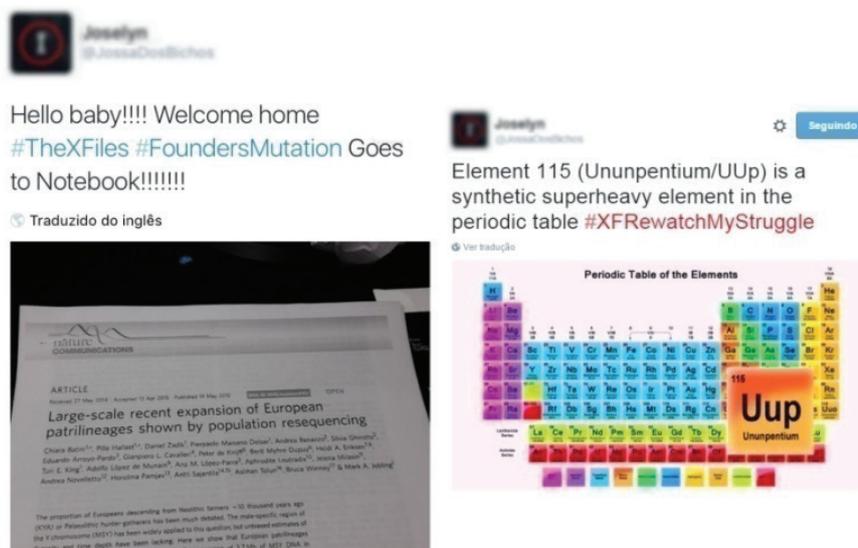
Conforme defende Wolton (1996), a televisão é um objeto de conversação, a interlocução entre os telespectadores reflete no modo de produção e distribuição do meio. Porém, na *social TV* os comentários que antes ficavam restritos à sala de estar, ao círculo de amigos, familiares e colegas de trabalho, são transpostos para o Twitter. A arquitetura informacional do *microblogging* potencializa e engendra novas possibilidades às discussões sobre a grade de programação; é partir deste contexto que emergem as teias colaborativas. A cada cena de *The X-Files* que ia ao ar os telespectadores tentavam decodificar as camadas interpretativas propostas pelos roteiristas. Por exemplo, em *Founder's mutation*<sup>25</sup>, durante um diálogo com Mulder, Scully 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 Bronze (CARTER, 2016)<sup>26</sup>.

Imediatamente o público começou a buscar o artigo científico citado pela agente do FBI. Após compartilharem *links* que direcionavam para a publicação da Nature Communications<sup>27</sup>, 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 *Mystruggle*<sup>28</sup>, quando Scully cita um elemento<sup>29</sup> 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 7:** Os telespectadores interagentes discutem detalhes dos arcos narrativos de *Founder'smutation* e *Mystruggle*



Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Em suma, os conteúdos publicados no Twitter durante a exibição dos episódios da décima temporada de *The X-Files* 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 os complexos arcos narrativos do programa. As publicações exploram distintas camadas interpretativas, aprofundando e ampliando a trama.

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, o protocolo de assistência ou os complexos

arcos narrativos, o *backchannel* oferece aos telespectadores interagentes novas perspectivas sobre *The X-Files*.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao entrelaçar o fluxo televisivo e a temporalidade *always on* do Twitter, a *social TV* reforça o conceito de laço social de Wolton (1996), pois 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 preexistentes. Essa conversação em rede que se estabelece na *social TV* faz com que o telespectador assumira 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 cenas, mas que exploram novas perspectivas das séries através de fotos, montagens, memes e comentários.

O universo ficcional 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 arcabouços 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*<sup>30</sup>, 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 o universo ficcional do programa 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 das narrativas ficcionais seriadas 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 possuírem vínculos preexistentes, a construção do conhecimento coletivo só acontece durante a exibição do programa.

## REFERÊNCIAS

- ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- 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://goo.gl/aeJwHi%20>. Acesso em: 20 jul. 2017.
- BORGES, Gabriela.; SIGILIANO, Daiana. Television dialogues in Brazilianfiction: between production and consumption. **Applied Technologies and Innovations**, Bília, v. 12, n. 2, p. 54-68, 2016. Disponível em: <https://goo.gl/6xUQdG>. Acesso em: 20 jul. 2017.
- BUONANNO, Milly. Umaeologia (prematura) do *broadcast*: o sentido do fim da televisão. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 67-86, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/YGyVka>. Acesso em: 20 jul. 2017.
- CANNITO, Newton. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Plexus, 2010.
- CARTER, Chris. **Arquivo X: uma série de casos**. Manaus, Twentieth Century Fox Television, 2016. 3 discos/ NTSC, color, Dolby Digital 5.1.
- DALMONTE, Edson Fernando. Novos cenários comunicacionais no contexto das mídias interativas: o espalhamento midiático. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 99-115, 2015. Disponível em: <https://goo.gl/YH7cDF>. Acesso em: 20 jul. 2017.
- FECHINE, Yvana. Elogio à programação: repensando a televisão que não desapareceu. CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana(org.). **O fim da televisão**. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014. p. 114-131.
- \_\_\_\_\_. TV Social, práticas interacionais e modos de presença: contribuição para a delimitação do conceito. ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 25., 2016, Goiânia. **Anais [...]**. Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2016. p. 1-14. Disponível em: <https://goo.gl/gDAXBy>. Acesso em: 20 jul. 2017.
- JENKINS, Henry. **Invasores do texto: fãs e cultura participativa**. Rio de Janeiro: Marsupial, 2015.

- JOST, François. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias? *Revista Matrizes*, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 93-109, 2011. Disponível em: <https://goo.gl/dZRbQ9>. Acesso em: 20 jul. 2017.
- KLYM, Natalie; MONTPETIT, Marie-José. *Innovation at the edge: social TV and beyond*. Cambridge: MIT Communications Futures Program, 2008. Disponível em: <https://goo.gl/XG5vqy>. Acesso em: 20 jul. 2017.
- LE MOS, André. *A comunicação das coisas: teoria ator-rede e cibercultura*. São Paulo: Annablume, 2013.
- LOTZ, Amanda. *The television will be revolutionized*. New York: New York University Press, 2007.
- MITTEL, Jason. *Television and American Culture*. New York: Oxford University Press, 2010.
- MONTPETIT, Marie-José; KLYM, Natalie; BLAIN, Emmanuel. The future of mobile TV: when mobile TV meets the internet and social networking. In: MARCUS, Aaron; ROIBÁS, AnxoCereijo; SALA, Ricardo (ed.). *Mobile TV Customizing Content and Experience*. London: Springer, 2010.
- PRIMO, Alex. Quão interativo é o hipertexto? Da interface potencial à escrita coletiva. *Fronteiras: Estudos Midiáticos*, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003. Disponível em: <https://goo.gl/E2S65x>. Acesso em: 20 jul. 2017.
- 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.
- REEVES, Jimmie L.; RODGERS, Mark C.; EPSTEIN, Michael. Rewriting popularity: the cult files. In: LAVERY, David; HAGUE, Angela; CARTWRIGHT, Marla (org.). *Deny all knowledge: reading The X-Files*. New York: Syracuse University Press, 1996. p. 22-35.
- ROSS, Claire.; TERRAS, M.; WARWICK, C.; WELSH, A. Enabled backchannel: conference Twitter use by digital humanists. *Journal of Documentation*, London, v. 67, n. 2, p. 214-237, 2011. Disponível em: <https://goo.gl/t9UTDE>. Acesso em: 20 jul. 2017.
- SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. *Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter*. São Paulo: Paulus, 2010.
- SIGILIANO, Daiana.; BORGES, Gabriela. O diálogo entre a complexidade narrativa e a social TV no projeto *XFRewatch* da série *The X-Files*. ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 25., 2016, Goiânia. *Anais[...]*. Goiânia: Universidade Federal de Goiás. p.1-16. Disponível em: <https://goo.gl/nzLq4D>. Acesso em: 20 jul. 2017.

SILVERSTONE, Roger. *Television and everyday life*. New York: Routledge, 1994.

SUMMA, Giacomo. *Social TV: the future of television in the internet age*. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology, 2011.

WILLIAMS, Raymond. *Television: technology and cultural form*. Glasgow: Fontana: Collins, 1979.

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: Ática, 1996.

YNGE, Victor. On getting a word in edgewise. In: CAMPBELL, M.A. (org.). *Papers from the sixth regional meeting of the Chicago Linguistic Society*. Chicago: Chicago Linguistic Society, 1970. p. 567-577.

## NOTAS

- 1 De acordo com Proulx e Shepatin (2012, p. 85), a segunda tela é a interação paralela e sincronizada com a experiência televisiva feita através de dispositivos móveis (*laptops, notebooks, smartphones e tablets*).
- 2 De acordo com Primo (2003, p. 8) o interagente é aquele “emana a ideia de interação, ou seja, a ação (ou relação) que acontece entre participantes”.
- 3 Conforme pontuam Santaella e Lemos (2010, p. 62), “na era da mídia *always on* o passado importa pouco, o futuro chega rápido e o presente é onipresente”.
- 4 No original: “television has not only as a major influence on society, but also as a driving force for social interaction”.
- 5 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).
- 6 No original: “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 as Facebook and Twitter, quickly assuming the function of digital watercoolers”.
- 7 No original: “In all broadcasting systems more developed, the characteristic shape of the organization and thus experience the most characteristic is the sequence or flow”.
- 8 No português: TV com hora marcada.
- 9 No original: “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”.
- 10 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 artigo iremos usar o termo *backchannel* e não *television backchannel*.
- 11 No original: “Content can no longer be contained within time zones. The backchannel has shattered geographical boundaries in a very open, public, and mass reach way”.

- 12 Segundo Bennett (2014, p. 64-68), o *pilotseason* é um sistema de *pitch* anual, em que os criadores, produtores e roteiristas de ficção seriada se reúnem com as emissoras e estúdios para apresentar seus projetos.
- 13 No português, último episódio de uma série.
- 14 Exibidos em 24 de janeiro de 2016, 25 de janeiro de 2016, 1 de fevereiro de 2016, 8 de fevereiro de 2016, 15 de fevereiro de 2016 e 22 de fevereiro de 2016, respectivamente.
- 15 Disponível em: <<https://tweetdeck.twitter.com/>>. Acesso em: 18 jul. 2017.
- 16 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 a um episódio por dia, dos 201 produzidos. Desta forma, na estreia da décima temporada, no dia 24 de janeiro de 2016, o público teria revisitado todo o universo ficcional do programa.
- 17 O conteúdo foi publicado no Twitter e também no Facebook. Disponível em: [www.facebook.com/stephen.miller.9693001/videos/1124074590966554/](http://www.facebook.com/stephen.miller.9693001/videos/1124074590966554/). Acesso em: 21 jul. 2017.
- 18 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 confronta alguns de seus próprios demônios.
- 19 Pôster “*I want to believe poster*”, Mulder grita por Scully, Scully chora (tradução das autoras).
- 20 Mulder e Scully são enviados para investigar a morte de um oficial da cidade, crime que parece não ter sido cometido por um humano. Enquanto isso, Scully lida com uma tragédia pessoal, algo que traz à tona velhos sentimentos sobre a criança que ela deixou para a adoção.
- 21 Segundo episódio da quarta temporada, exibido em 11 de outubro de 1996.
- 22 Décimo terceiro episódio da quarta temporada, exibido em 2 de fevereiro de 1997.
- 23 Décimo terceiro episódio da primeira temporada, exibido em 7 de janeiro de 1994.
- 24 Décimo quarto episódio da quarta temporada, exibido em 9 de fevereiro de 1997.
- 25 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.
- 26 Transcrição do áudio do DVD *Arquivo X: uma série de casos* (CARTER, 2016).
- 27 Disponível em: <http://www.nature.com/articles/ncomms8152>. Acesso em: 19 jul. 2017.
- 28 Mulder e Scully 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 e Scully uma mulher, Sveta (AnnetMahendru), que afirma ter sido abduzida por alienígenas e logo compartilha notícias chocantes com a dupla.
- 29 Elemento 115.
- 30 Se inicia em 1990 e se estende 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).

Artigo recebido em: 30 de julho de 2017.

Artigo aceito em: 18 de março de 2019.