



Social TV:

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

Daiana Sigiliano ¹

Gabriela Borges ²

Resumo curto:

Esta pesquisa tem o intuito de discutir de que forma a *social TV* reforça o laço social conceituado por Wolton. Para a investigação desta questão, será analisado o *backchannel* da décima temporada da narrativa ficcional seriada *The X-Files*. A partir dos conteúdos compartilhados pelos telespectadores durante a exibição dos episódios, iremos refletir sobre as novas formas de participação, interação e imersão engendradas pelo fenômeno.

Resumo expandido:

A comunicação contemporânea é constantemente influenciada pelo ambiente digital, cada hibridação altera de forma decisiva os modos de pensar, financiar, produzir, distribuir e consumir televisão (LOTZ, 2007). Debatida por Proulx e Shepatin (2012), a *social TV* é caracterizada pela interação social entre os telespectadores durante a exibição da grade de programação. Esta troca de impressões, de maneira síncrona ao fluxo televisivo, é feita por meio das redes sociais (Facebook, Twitter, Snapchat, etc.) e dos aplicativos de segunda tela (TV Showtime, TV Tag, Viggle, etc.). A arquitetura digital conectada dessas plataformas faz com que os telespectadores interagentes potencializem a sociabilidade em torno da televisão por meio da propagação de fotos, vídeos, memes, montagens e, principalmente, comentários sobre as atrações.

Neste sentido, a pesquisa tem o intuito de discutir de que forma a *social TV* reforça o laço social conceituado por Wolton (1996). A noção de laço social foi formulada por Durkheim e pela escola francesa de sociologia. Segundo Wolton (1996) as discussões em torno do conceito tinham uma perspectiva voltada para as práticas sociais institucionalizadas. Posteriormente, a noção de laço social foi utilizada e ampliada pela antropologia cultural, neste âmbito a televisão é um dos principais exemplos.

Desta forma, se Wolton (1996) 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, a *social TV* não só potencializa este aspecto, como também engendra novas possibilidades.

Para a investigação desta questão, foi realizado um monitoramento do *backchannel* dos episódios da décima temporada de *The X-Files* exibidos entre os dias 24 de janeiro e 22 de fevereiro de 2016 pelo canal estadunidense Fox. Criada por Chris Carter a série é centrada nos agentes do FBI Fox Mulder (David Duchovny) e Dana Scully (Gillian Anderson). Mulder e Scully são investigadores

¹ Discente do segundo ano do Mestrado em Comunicação da UFJF, Linha de Pesquisa Estética, Redes e Linguagens. Bolsista CAPES. E-mail: daianasigiliano@gmail.com.

² Professora orientadora Gabriela Borges. E-mail: gabriela.borges@ufjf.edu.br.



de casos não solucionados envolvendo fenômenos paranormais, conhecidos com *x-files* (LAVERY; HAGUE; CARTWRIGHT, 1996). Além de nove temporadas, produzidas entre 1993 e 2002, o universo ficcional da trama ainda conta com os filmes *The X-Files: Fight The Future* (1998) e *The X-Files: I Want to Believe* (2008), e o *spin-off* *The Lone Gunmen* (2001). Após 13 anos do encerramento da série, a Fox anunciou a produção da décima temporada. Os episódios foram assistidos por 43 milhões de telespectadores nos Estados Unidos e geraram 573 mil comentários no Twitter.

A metodologia usada no monitoramento do *backchannel* da décima temporada de *The X-Files* (2016) consistiu em uma combinação de procedimentos de observação e mineração dos dados gerados no Twitter (ZUELL; PRERADOVIĆ, 2013; RECUERO; BASTOS; ZAGO, 2015). A mineração quantitativa foi feita por meio das informações divulgadas pelo Nielsen Twitter TV Ratings (GALLEGO, 2013). Já análise qualitativa foi pautada pela filtragem, por meio da API Streaming e do TweetDeck, das postagens relacionadas ao contexto de *The X-Files* (2016) geradas durante a exibição do programa. Posteriormente, a partir do *software* Snagit, realizamos a mineração e análise dos dados.

O trabalho é dividido em três capítulos, o primeiro discute os processos criativos, tecnológicos e participativos das narrativas ficcionais seriadas da *Post-Network Television*. Já o segundo capítulo é focado na *social TV*, abrangendo reflexões sobre a origem do conceito, as características do fenômeno, a arquitetura informacional das redes sociais e as aplicações no âmbito da ficção seriada. Por fim, o terceiro capítulo, que está sendo desenvolvido atualmente, apresentará os aspectos narrativos da décima temporada *The X-Files*, tendo como escopo teórico o conceito de complexidade narrativa (*Complex TV*) de Mittell (2012; 2015), e com o intuito de compreender de que forma a *social TV* reforça o conceito de laço social de Wolton (1996), será realizada a análise dos comentários gerados no Twitter durante a exibição dos episódios da série.

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

Referências

- GALLEGO, Francisco. Social TV Analytics: Nuevas métricas para una nueva forma de ver televisión. **Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada**, v.3, n.1, p. 13-39, 2013. Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4149293>>. Acesso em: 28 ago. 2016.
- LAVERY, David; HAGUE, Angela; CARTWRIGHT, Marla (Orgs.). **Deny All Knowledge** - Reading the X-Files. New York: Syracuse University Press, 1996.
- LOTZ, Amanda. **The Television Will Be Revolutionized**. New York: New York University Press, 2007.
- MITTEL, Jason. **Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling**. New York: NYU Press, 2015.
- MITTEL, Jason. **Television and American Culture**. New York: Oxford University Press, 2010
- 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; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Análise de Redes para Mídia Social**. Porto Alegre: Sulina, 2015.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público** - Uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ed. Ática, 1996.

ZUELL, Beatrice; PRERADOVIĆ, Nives Mikelić. Methods and usage of sentiment analysis in the context of the TV industry. In: **Recent Advances in Information Science**. v.20, n.1, p. 124-129, 2013. Disponível em <<http://www.wseas.us/e-library/conferences/2013/Dubrovnik/ECC/ECC-19.pdf>>. Acesso em: 28 ago. 2016.