



## “A MEMÓRIA É UMA ILHA DE EDIÇÃO”: TWITTER E TELENOVELAS E SUAS PALPITAÇÕES SIMBÓLICAS<sup>1</sup>

CONCEIÇÃO, Juara Castro, Mestra em Comunicação, UFG, Goiás<sup>2</sup>

BORGES, Rosana Maria, Pós-Doutora em Comunicação, UFG, Goiás<sup>3</sup>

### Resumo

Este artigo é uma proposta teórica para a compreensão das redes sociais digitais (em especial o Twitter) e das telenovelas como espaço de memória na contemporaneidade. Partimos da compreensão de como o consumo em segunda tela, onde telespectadores acompanham a narrativa das telenovelas tanto na TV, quanto na Internet, representa uma prática cultural contemporânea, situada no cenário da convergência midiática. Em diálogo com autores clássicos da memória social como: Andreas Huyssen (2014), Maurice Halbwachs (2003) e Pierre Nora (1993), buscamos pontes teóricas que nos possibilitem compreender o fenômeno da Memória dentro da Comunicação, sobretudo, no entendimento dos novos modos de assistir e comentar telenovelas. Para isso, faremos uma caminhada teórica entre as autoras e autores que propõem uma discussão acerca da Internet e também do consumo midiático das narrativas nessa mídia contemporânea. Entre eles: Pierre Lévy (2003), Castells (1999) e Santaella (2010). Para a compreensão das narrativas seriadas/telenovelas, dialogamos com: Machado (2000) e Pallottini (2012).

**Palavras-chave:** memória; mídias digitais; telenovela; Twitter.

### POR DENTRO DO TWITTER E SUAS CONEXÕES

O conceito de rede não é demarcado pelo entendimento do que conhecemos hoje como “redes sociais”. Como podemos buscar em Castells (1999) a rede é uma prática humana antiga, que se iguala a uma estrutura social com alto grau de cooperação, liberdade e informação. Se entendermos a cooperação enquanto característica social, veremos que ela se volta muito mais para inovação do que para a competição e a demarcação de propriedades

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no **GT História da Mídia Digital** do 5º Encontro Regional de História da Mídia – 5º Alcar Centro-Oeste. | Este artigo é um recorte do apanhado teórico pesquisa de mestrado da autora, com orientação da coautora.

<sup>2</sup> Comunicadora Social (UFMA), Mestra em Comunicação (UFG) e Doutoranda em Comunicação (UFG). Pesquisadora em Mídia e Cultura. E-mail: [juaracastro@gmail.com](mailto:juaracastro@gmail.com).

<sup>3</sup> Pós-Doutora em Comunicação e Cultura (ECO-UFRJ); Doutora em Geografia (IESA-UFG); Mestra em Educação Brasileira (FE-UFG); Bacharel em Comunicação Social (DECOM-UFG). Professora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (FIC-UFG). E-mail [rosana\\_borges@ufg.br](mailto:rosana_borges@ufg.br).



privadas. Olhando o Twitter por essa ótica, temos uma rede social digital em demasia cooperativa. Apropriada até mesmo pelas redes de televisão (conglomerados midiáticos) como estratégia de expansão e memorização de conteúdo.

Atualmente nossa economia é baseada em trocas e fluxos informacionais e as redes dão morfologia à sociedade. A informação é um fator central para a produtividade dos mercados e esse protagonismo da informação não é uma característica particular de economias capitalistas. Estamos inseridos e produzimos uma cultura centrada na virtualidade do real, onde o virtual não se opõe ao real, mas sim ao atual. O virtual é uma espécie de força e potência que se aproxima do texto enquanto narrativa. Assim, vemos que as narrativas se apresentam como “eternos presentes”, em uma relação de dualidade entre o passado e o futuro.

O cenário, que segundo Jenkins (2008) é o da convergência midiática, tem suas especificidades. Podemos atentar para as características que colocam o Twitter como uma rede de cognição, segundo a proposta da Santaella (2010): organização em rede; globalização das atividades econômicas; sistema de mídia diversificado e transformação de espaço e tempo devido aos fluxos informacionais. A sociedade forma “nós” (rizoma) baseados na velocidade, na tecnologia e no consumo. O Twitter enquanto rede social digital congrega essas características e atua como uma espécie de “resistência” do que é imposto pelas demais mídias. Estar nesta rede é viver um “não-presente”, onde não se está totalmente na televisão e/ou rádio (mídias tradicionais) e também não se habita apenas a Internet (mídia contemporânea).

Entender a dinâmica das redes sociais digitais é também refletir sobre as noções de sociabilidade. As redes sociais, em si, são palcos de sociabilidade. As trocas realizadas através de atos de linguagem também se configuram como atributos sociais, além, é claro, das variações dos meios técnicos dada uma historicidade. Aqui ressaltamos o caráter histórico, pois é recorrente exposições deterministas acerca das “novas” tecnologias de informação.

É sabido que a técnica inaugura uma nova prática social, porém, a última instância é sempre o ser humano. A tecnologia não é uma força externa que age sem a possibilidade de reação. As práticas relacionais são moldadas pela relação tempo-espaço, emergindo dessa



dinâmica o papel das diferentes mídias nos processos de interações e transformações de sociabilidade.

Existem diversas abordagens teóricas quanto ao estudo das redes sociais digitais na perspectiva da inteligência coletiva. Porém, existe um consenso expoente de que, para uma abordagem integrada onde entenda-se elementos sociais, epistemológicos e relacionais entre antropologia e tecnologia é necessário explorar as reflexões propostas por Pierre Lévy (1997).

Lévy (1997, p. 29) apresenta um viés conceitual de que toda inteligência coletiva tem uma base social. Segundo ele, "pensamos com ideias, línguas, tecnologias cognitivas recebidas de uma comunidade". A partir deste entendimento quanto ao caráter social da técnica entendemos o Twitter segundo a definição de Santaella que se baseia nos estudos de cibercultura para entender a engenharia social do microblog:

Nossa definição irá descrever o *Twitter* como uma mídia social que, unindo a mobilidade do acesso à temporalidade *always on* das RSIs 3.0, possibilita o entrelaçamento de fluxos informacionais e o design colaborativo de ideias em tempo real, modificando e acelerando os processos globais da mente coletiva [...] uma verdadeira ágora digital global: universidade, clube de entretenimento, "termômetro" social e político, instrumento de resistência civil, palco cultural, arena de conversações contínuas. (SANTAELLA, 2010, p.66 Grifos da autora)

O Twitter é um meio multidirecional, porém com níveis de personalização bem categóricos. Uma de suas características é o mínimo de "conteúdo indesejado" possível. É um espaço colaborativo no qual os interesses passeiam entre o caráter microscópico e macroscópico rapidamente. Ao mesmo tempo que funciona como uma espécie de "divã", repleto de subjetividades, pode tomar proporções de debate e discussão de aspectos políticos e sociais rapidamente, além de ser uma das principais redes sociais digitais que fomenta o consumo em segunda tela.

O fluxo de informações no Twitter é literalmente um fluxo de dimensões cognitivas. A característica de "agoridade" e a necessidade de adequar seu pensamento aos 280 caracteres disponíveis para escrever dão a ele uma realidade muito próxima de nossas tramas neurais. Basicamente o que uma pessoa "twitta" é um impulso de consciência. No Twitter, os aspectos de tempo-espaço são essenciais para o entendimento da mensagem, sendo que é preciso entender o lugar de fala de cada usuário para entender o que ele se propõe a comentar. As hashtags (#) que são mecanismos de busca e interação que atuam como recursos de extensão



lúdica agrupando conteúdos que são postados em torno de algum assunto levantado, seja ele: futebol, política, telenovela, programas de auditório, *reality shows*. A inteligência coletiva no Twitter é um requisito obrigatório, diferente das outras redes sociais digitais onde tal característica pode ser apenas um “plano de fundo”. A integração é uma ação consciente e complexa, pois a articulação entre conteúdo local e global é sempre enredada e estratégica. Assim como a televisão inaugurou uma prática de inserção social, a Internet também o fez, o que por consequência, também dá a cada rede social digital seu próprio código de inserção social.

A intersecção que buscamos aqui é entender que tanto o uso do Twitter como o consumo da telenovela são estratégias de sociabilidade e expansões cognitivas. Assim como a telenovela popularizou um modo de pensar - que é o melodramático. O Twitter é uma plataforma que inaugura uma experiência midiática baseada em fluxos cognitivos. Diante disso, quando o uso do microblog é articulado com o consumo da telenovela em segunda tela temos uma prática que se torna uma experiência lúdica que mescla o viés melodramático do folhetim (gênero que deu origem ao caráter seriado da telenovela) e a habilidade cognitiva do Twitter. Assim, entendemos tal dinâmica como espécie virtualização da memória, onde as lembranças e subjetividades do telespectador ao se misturarem com sua persona de usuário de redes sociais digitais impulsionam o caráter gerativo do seu próprio texto, que será um combinado entre o texto da telenovela e as características textuais demandadas pela própria rede.

## **EMARANHADOS DE TV E TELENÓVELA**

A televisão é concebida em forma de modelos. Um deles é a serialidade, que acaba sendo uma característica cultural e também econômica de criar narrativas ficcionais ou não. Machado (2000, p.83) define: “chamamos de serialidade essa apresentação descontínua e fragmentada do sintagma televisual”. Quando tratamos de tal apresentação, levamos em consideração duas variáveis: a memória e a tensão. A memória no que diz respeito à rememoração necessária para que a narrativa seriada faça “completo” sentido e a tensão que



tem a ver com os ganchos que são construídos para manter a atenção dos espectadores e provocar sensações de curiosidade e de maior atenção à narrativa. A telenovela é uma expoente do modelo de serialidade que se desdobra na televisão enquanto meio. Sua divisão se dá em capítulos que ao longo de alguns meses, em média de 4 a 8 e nesse decorrer de tempo vão se tecendo múltiplas narrativas que se convertem em uma temática central.

Ainda que inserida em uma definição que foi consolidada no decorrer dos anos a partir de estudos de emissão e recepção, a telenovela deve ser entendida como um produto híbrido, no que diz respeito à sua constituição. “[...] as telenovelas incorporam também características de seriado” (MACHADO, 2000, p. 85), o que nos leva entender que mesmo dentro de um restrito grupo de serialidades, a telenovela ainda possui particularidades ao encadear suas histórias. Com o entendimento do que é uma narrativa seriada ficcional seriada, compreendemos que a serialidade é a principal forma de estruturação dos produtos audiovisuais na televisão. Além do econômico (conquista de anunciantes e publicidade), podemos vislumbrar a serialização como uma forma narrativa que busca atender a uma diversidade maior de segmentos de recepção.

No começo, as narrativas seriadas eram vistas como uma “confusão” mal acabada para exibição, mas logo isso foi superado e entendeu-se tal característica como parte de cultural “industrial”. O consumo de TV pode ser considerado como disperso se compararmos, por exemplo, com o cinema, na televisão não existe um ambiente de imersão pré-concebido para a “contemplação” das narrativas televisivas. Tudo depende muito mais da história que está sendo contada, do que propriamente de uma atmosfera construída para aquele consumo.

A telenovela contribui para a discussão de problemas emergentes na sociedade civil, sendo de forma sutil ou mais sistemática com a exploração do marketing social no desenvolvimento dos capítulos. O modo como a telenovela é escrita revela seu caráter dialógico, pois sua construção acontece ao mesmo tempo da sua exibição, assim entendemos aqui a telenovela como uma “obra aberta” e o público com um retroalimentador da mesma (que na contemporaneidade se alimenta sobretudo nas redes sociais digitais). Diante disso, presenciamos uma capacidade de fruição única que abarca tanto o espectador quanto o autor que alimenta sua trama a partir da sua audiência.



Diferente do teatro e do cinema, o espectador de telenovela estabelece seu tempo de consumo, a TV divide espaço com outros eletrônicos da casa ou até mesmo está acoplada a outros aparelhos como notebook, celulares e/ou tablet, assim a interdependência sempre foi uma marca desse consumo, que atualmente se amplia ainda mais com as redes sociais digitais. Ao acompanhar uma telenovela a sensibilidade permeia tanto a razão quanto a emoção, não é possível “desligar o cérebro” para acompanhar uma narrativa aparentemente “fantástica”, apesar de ser um momento de suspensão de sentidos, a ficção é sempre uma válvula que aciona questões racionais e tangíveis. Assim, ainda que cada telenovela proponha um debate diferente acerca da vida, os aspectos estéticos e comunicacionais existentes na produção dão indícios de qual seja a finalidade daquela obra, o que acaba por gerar malhas de expectativa em cada espectador.

A televisão raramente possui a atenção total do espectador, portanto é necessário sempre pensar em estratégias de fixação e encantamento do público. Nesse sentido, a inovação (que nem sempre é tecnológica) é um fator contínuo nesse meio. A telenovela vai além de um mero entretenimento justamente pela constante inovação de seus “contares” que estão sempre relacionados às práticas sociais, adaptações morais e manutenção e/ou mudanças de arquétipos. Dentre as estratégias inovadoras, visualizamos hoje produções que ficam no limite entre seriado, minissérie e telenovela, bebendo na fonte de cada um desses formatos. De fato, o realismo absurdo é a principal característica das telenovelas latino-americanas, sobretudo brasileiras e são os contares desses “absurdos” que se renovam a cada produção que se torna cada vez mais vendável exteriormente e cada vez mais consumida em aspectos locais.

Segundo Pallottini (2012) um terço do tempo da programação televisiva brasileira é voltado para a exibição de ficções. Ou seja, as telenovelas ocupam aproximadamente seis horas nas grades de programação dependendo da emissora analisada. A TV entra para o “hall” de eletrônicos indispensáveis para a população brasileira, mesmo em locais longínquos e situações sociais delicadas, vemos a televisão como “redenção” e elemento de “comunhão” entre as pessoas. A ficção de TV não é pura e nem busca uma pureza para se impor como uma narrativa audiovisual. Ela mescla teatro, cinema e acrescenta recursos do rádio com naturalidade e sem a necessidade imposição sobre eles.



A extensão da telenovela (dada em capítulos) precisa de ritmo e andamento. O gênero tem suas dimensões obrigatórias, portanto até mesmo as inovações devem estar inseridas em uma estrutura clássica. A estrutura dos conflitos deve ser modelada pensando em um diálogo entre personagens, tramas e amplitude daquele conteúdo. Portanto, fica nítido que sustentar a criatividade e a atenção do público em uma telenovela passa bem longe de ser uma tarefa simplista. É preciso desenhar marcas de empatia no decorrer do roteiro, visto que o consumo da telenovela é basicamente ligado à capacidade de identificação entre narrativa e público. Hoje em dia, essa potencialidade de identificação perpassa a capacidade do autor (a) em gerar engajamento também nas redes sociais digitais, tocando em nuances de memória e identidade que levem o telespectador não só a assistir, mas também comentar (nas redes sociais digitais) a telenovela.

## **DIÁLOGOS ENTRE MEMÓRIA E COMUNICAÇÃO**

Chegamos na discussão acerca da memória nos aproximando mais das ciências humanas, sobretudo da História. Para embasar nossa análise, fazemos um curto percurso, mas de forma objetiva entre três autores que reconfiguram o estudo da memória enquanto força motriz e transformadora da contemporaneidade, são eles: Andreas Huyssen (2014), Maurice Halbwachs (2003) e Pierre Nora (1993). Ressaltamos aqui, que os escritos desses autores muito têm a ver com o estudo da memória em um contexto traumático (guerras, opressões, disputas raciais, políticas e econômicas), porém a discussão se amplia quando para tratar desses contextos eles sistematizam relações entre memória, história, meios de comunicação e cultura. A escolha deles não é aleatória e/ou pelo simples fato de tais figuras “falarem de memória”, mas a conversa com esses autores/ensaístas vai no sentido de que em algum momento de suas reflexões, eles consideram os meios de comunicação, as artes, a literatura e a estética com parte do processo de memória das nações e das pessoas.

Huyssen (2004) discorre sobre como as experiências estéticas do mundo contemporâneo, as práticas artísticas na atualidade e as novidades tecnológicas e midiáticas alteram a percepção de memória em nosso tempo. Surge, portanto, um novo tipo de estudo



sobre a memória que é balizado pela globalização e seus efeitos de sentido. Huyssen considera que a globalização é o cerne da nossa época e que, portanto, deve ser investigada para além de uma condição verticalizada. Há uma relação conflituosa em volta do tempo na contemporaneidade, que altera até mesmo a ideia do que é arte, sobretudo na diferença de percepção dos estudos europeus, norte americanos e latinos. Observamos que especialmente na Europa há uma certa relutância em estudar questões “provincianas”, tanto no que diz respeito à localização quanto ao público. Apesar de ser quase inviável construir um pensamento, até mesmo contra hegemônico, sem tomar como base os autores europeus, compreendemos que hoje eles (pensadores e teorias) são muito mais parâmetros que verdades absolutas.

A discussão acerca da temporalidade é retomada com o modernismo e com o discurso da globalização. Tais discussões trazem à tona aspectos da memória individual e coletiva da sociedade, que diante dos acontecimentos históricos de violência (Nazismo, Guerras Mundiais e etc.) acabam por protagonizar os estudos de memória. Apesar de analisar a memória em contextos específicos, as heranças teóricas desses estudos vão além de seus objetos, o que para este artigo é crucial, pois tomaremos a base dessa discussão sociológica e histórica para entender questões relativas às narrativas ficcionais, à TV, redes sociais digitais e entretenimento. O grande tensionamento da memória em relação à mídia é a relação entre a cultura midiática de massa e a suposta “cultura superior”, que são a base para o debate. Quando falamos dos meios TV, rádio e Internet estamos falando de uma linguagem audiovisual, que se imbrica ao nosso imaginário e altera a memória do nosso tempo.

É necessário também problematizar o debate da memória coletiva, que vai no sentido de entender que a globalização é transnacional e horizontalizada. “Toda lembrança baseia-se na mobilização e no apagamento” (HUYSSSEN, 2014, p.15), portanto ao construir um texto, vídeo ou até mesmo uma postagem em redes sociais digitais, há aspectos escolhidos para se sobressaírem e acumular likes (mobilização), mas também existem aspectos que são deixados de lado em um apagamento que pode ser proposital ou não. Cercados por um presente atemporal, podemos observar como a literatura das telenovelas e a capacidade enciclopédica das redes sociais digitais alongam a vida útil das narrativas. Na contemporaneidade, um like pode trazer todo um passado para o presente em segundos. Estamos diante daquilo que





Huyssen (2014) define com “museologização da vida cotidiana”, que fica muito mais intensa com as ferramentas disponíveis na Internet.

O que estamos vivendo “são mudanças contínuas nas estruturas da temporalidade vivida e novas percepções do tempo e do espaço nas sociedades midiáticas contemporâneas” (HUYSSSEN, 2014, p.16), onde a globalização figura como um conjunto de transferências culturais laterais e não verticais. Diante disso, cabe repensarmos as questões estéticas das artes visuais na contemporaneidade. A discussão de memória, além de histórica, é também sociológica, assim como deve ser o estudo das redes no âmbito das ciências sociais, que atualmente está muito fixado na tecnologia e que de certa forma tem se afastado do capital humano – o que é preocupante. No entanto, buscamos aqui uma aproximação entre a ideia de redes e a concepção da memória, no sentido de entender que os aspectos culturais e humanos não são apagados pela tecnologia e nem supostamente utilizados como “marionetes” passivas de processos de comunicação.

Para Castells (1999) um mundo globalizado é um mundo em redes, assim em diferentes escalas toda sociedade é global, portanto, a organização em rede é uma estrutura social. Para ele, na atualidade, a sociedade em rede se estrutura por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's) que são as bases para existência do meio técnico-científico-informacional. Castells ressalta que o conhecimento e a informação sempre foram centrais em nossa sociedade, por isso, considerar só agora nosso arranjo social como “informacional” é de certa maneira negligenciar a nossa própria história social. O que é de fato novo são as bases eletrônicas que através dos desdobramentos tecnológicos abastecem com novas capacidades uma velha forma de organização social - que são as redes.

A sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microeletrônica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes. A rede é uma estrutura formal [...] É um sistema de nós interligados. E os nós são, em linguagem formal, os pontos onde a curva se intersecta a si própria. As redes são estruturas abertas e evoluem acrescentando ou removendo nós de acordo com as mudanças necessárias dos programas que conseguem atingir os objetivos de performance para a rede. (CASTELLS, 1999, p.20)

Entendendo as redes como formas de engenharia social, onde as ações coletivas balizam até mesmo o individualismo - que aqui não é entendido como sinônimo de



isolamento, mas sim como ações grupais que são orientadas por valores, interesses, afinidades e projetos individuais, nos leva ao caráter coletivo das redes que vai ao encontro com os aspectos da memória. Onde estão os lugares de memória em tempos de aceleração da história? Nas telenovelas? Nas redes sociais? Na TV? Pierre Nora (1993) fala da relação entre coletividade e memória e de como ambas são carregadas pelos grupos vivos. Além de ressaltar sua natureza evolutiva, que assim como as redes, estão em constante movimento e aperfeiçoamento.

A memória é a vida, sempre carregada por grupos vivos e, nesse sentido, ela está em permanente evolução, aberta à dialética da lembrança e do esquecimento, inconsciente de suas deformações sucessivas, vulnerável a todos os usos e manipulações, susceptível de longas latências e de repentinas revitalizações. (NORA, 1993, p. 9)

É interessante perceber como Pierre Nora (1993) ainda que em um cenário não potencializado pelas TIC's consegue identificar que: “o mundo inteiro entrou na dança, pelo fenômeno bem conhecido da mundialização, da democratização, da massificação, da mediatização” (p.8). A “dança” a qual ele se refere é o desmoronamento da memória, que para ele passa a ser vivida em “lugares” e que nunca alcança a sua totalidade. Diante disso, há um movimento de alteração na percepção histórica da sociedade que é balizado pelos meios de comunicação. Dessa forma, “é o modo mesmo da percepção histórica que, com a ajuda da mídia, dilatou-se prodigiosamente, substituindo uma memória voltada para a herança de sua própria intimidade pela película efêmera da atualidade” (NORA, 1993, p.8).

Esse tipo de reflexão nos leva a compreender como a memória atual torna-se uma espécie de vestígio e trilha, que de certa forma, precisa ser buscada e acionada. “Se habitássemos ainda nossa memória, não teríamos necessidade de lhe consagrar lugares” (NORA, 1993, p.08), é assim que o historiador francês compila sua tese de que a memória se encontra fragmentada (e quase inexistente) na contemporaneidade e por isso os gestos cotidianos e as ritualizações são o que trazem a “materialidade” da memória de volta ao convívio social.

A memória na atualidade acaba sendo uma película da intimidade de cada indivíduo, que de certo modo acaba por demonstrar a própria efemeridade do nosso tempo. O fato é que não habitamos a totalidade de nossa memória, por isso passamos a lhe conferir lugares. A



memória é fruto da coletividade, pois emerge dos grupos que por meio dela se unem. Entendemos com Halbwachs (2006) que há tantas memórias como existem grupos sociais, elas por natureza são múltiplas, coletivas, desaceleradas, plurais e individualizadas. A memória é um fenômeno sempre atual, no sentido de ser uma realidade que pode “vir a ser ou tornar-se”. É um elo de eterno presente, um exercício de rememoração mágico e afetivo, que é sempre flutuante e acessível aos que ativam o seu uso.

Na contemporaneidade vemos que a função da memória está no próprio sentimento de sua perda. Nos deparamos constantemente com instituições de memória, que podem ser ilustradas pelos museus, por exemplo, mas também pelas próprias narrativas ficcionais (telenovelas) que assistimos e alimentamos. Temos a necessidade de guardar vestígios e podemos entender as redes sociais digitais como lugares que reverberação dessas memórias. Guardamos documentos, imagens, discursos, ou seja, colecionamos qualquer sinal visível daquilo que “foi”. A memória precisa de alguma forma se materializar, nem que o registro pareça fugaz, como são a maioria de nossas interações nas mídias digitais.

A memória parece ser uma questão privada na modernidade, o que gera uma economia singular baseada nas novas identidades do “eu”. Tudo parece muito solitário, mas os limites entre individual e coletivo são cada vez mais borrados. O Twitter, especialmente, gera a sensação de que estamos falando sozinhos ou apenas construindo uma espécie de diário. Mas o fato é que as memórias estão sempre em rede e são esses mecanismos que nos permitem uma relação com o passado que nos diz quem somos.

É necessário que a memória esteja em algum lugar, pois é vital para o ser humano reencontrar constantemente o seu pertencimento. A existência humana também se baseia em uma cíclica relação entre o pessoal com o passado. Como salienta Nora (1993), a memória faz de cada um “o historiador de si mesmo”. Na era digital, a busca pela constituição do sujeito é mediada por essas diversas redes de interesse e afeto, sendo necessário entender a sua própria rede para traçar uma visão sobre si próprio. Vivemos uma multiplicação de memórias particulares que estão sempre a um passo de tornarem-se coletivas. É um eterno dialogismo entre solidão e multidão, onde a memória figura como um “oásis” do eu na modernidade.



## ENSAIANDO CONSIDERAÇÕES

O mundo moderno requer historiadores. Mas quem seriam os historiadores do nosso tempo para além daqueles presentes na Academia? Segundo Nora (1993) onde há “rastros, distância, mediação” (p.9), existe história. Não seria possível então, vislumbrar tais variáveis no consumo de narrativas ficcionais seriadas (telenovelas) na Internet? De forma que enxergamos, apesar de uma distância geográfica, rastros de identidade e mediação tanto televisiva e computacional, quanto simbólica e narrativa no que envolvem as telenovelas e suas extensões lúdicas nas redes sociais digitais. De alguma forma, somos todos nós historiadores da nossa própria história em um dialogismo constante entre privado e público.

Os meios técnicos estão cada vez mais presentes na estrutura social e nas relações cotidianas dos indivíduos. Essa presença gera uma necessidade de competência para a realização de ações que antes não eram mediadas por tecnologias. Os meios exigem conhecimentos de como manuseá-los e procedê-los, assim a capacidade de codificação e decodificação torna-se uma instrumentalização do poder simbólico existente nesse conteúdo. Quando nos apropriamos de um meio técnico, regras são negociadas, assim o uso da tecnologia é um exercício social baseado em certos contratos. O uso diz muito sobre o “eu” do sujeito, assim podemos entender que o consumo da telenovela e a adoção de certos tipos de mídias sociais, como o Twitter por exemplo, não podem ser entendidos de forma determinista e homogênea, pois as negociações estão nas tramas sociais, que são plurais para cada indivíduo.

Há um aspecto nostálgico na “engenharia comunicacional” do Twitter. A própria configuração “enquanto você esteve ausente” demonstra o interesse de que o usuário tenha acesso ao que talvez possa vir a ser um “passado” para aquela rede. A memória na contemporaneidade vive um processo de desritualização, assim como o consumo de telenovelas. Se antes a novela era um produto cultural audiovisual que busca uma apreensão contemplativa, hoje tal ritual está muito mais fluido e agregando até mesmo outros rituais, como por exemplo o de assistir e comentar em tempo real. Porém, um aspecto é mantido, que é o da coletividade. Twitter e telenovela se encontram no “coletivo” e por isso ambos podem ser vistos como meios para a mudança e renovação social, a partir da colaboração.



O consumo é o grande ritual da contemporaneidade, é por meio dele que conseguimos venerar o nosso passado e de certa forma reconstruí-lo. Quando Pierre Nora fala da relação entre memória e imagem, vemos que suas indagações vão ao encontro do que foi pensado por Walter Benjamin, quando indica que há um retorno da narração na atualidade. Dessa forma, vemos que a oralidade avança no sentido de ser considerada um recurso histórico, não apenas apegando-se ao que foi passível de escrita. A subjetividade também entra em cena para a criação e recriação das narrativas.

Entender a dinâmica do uso do Twitter para comentar as telenovelas é compreender como aspectos coletivos são expandidos nas redes sociais digitais, de forma que essa nova coletividade reflete as questões sociais e de memória do nosso tempo. As lembranças individuais acabam por se dispor como coletivas de forma que nessas redes: “permanecemos em contato com esse grupo e ainda somos capazes de nos identificar com ele e de confundir o nosso passado com dele” (HALBWACHS, 2003, p.33). Dessa forma, sabemos que as postagens irão trazer diferentes aspectos de memória diante da narrativa híbrida que cada espectador/usuário constrói a partir do consumo daquela telenovela, porém em algum ponto essas memórias irão convergir trazendo tonalidades de uma memória coletiva. A memória tem efeito literário, assim como a telenovela. A legitimidade da memória conhece duas formas: a história e a literatura. A memória é perpassada pela intenção, de forma que é necessário ter vontade de memória. O Twitter e a telenovela podem tranquilamente serem os museus do nosso tempo, pois vontade de memória não lhes faltam.

## REFERÊNCIAS

- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- \_\_\_\_\_. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. Trad. de Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.
- HUYSSSEN, Andreas. **Memórias do modernismo**. Editora UFRJ, 1996
- \_\_\_\_\_. **Políticas de Memória no Nosso Tempo**. Rio de Janeiro, 2014.
- \_\_\_\_\_. **Seduzidos pela Memória: arquitetura, monumentos, mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.



JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**: a coalisão entre os velhos e novos meios de comunicação. São Paulo: Aleph, 2008.

\_\_\_\_\_; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2013.

LEVY, Pierre. **O que é o virtual**. São Paulo, 2003.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

NORA, Pierre. **Entre memória e História**: a problemática dos lugares. Projeto História, São Paulo, n. 10, dez. 1993.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de televisão**. São Paulo: SP, Moderna, 1998.

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