



**Das pequenas histórias: Narrativas e memórias do self nas
Mídias Sociais¹**
**From short stories: Narratives and memories of the self in the
Social Media**

Silvana Seabra Hooper²

Palavras-chave: narrativas; memórias; mídias sociais.

Nas últimas décadas, os estudos sobre memória desenvolveram-se como um campo interdisciplinar. Os debates identificam processos de memórias coletivas, que se enredam nas formas culturais, políticas, e históricas, e no sentido mais amplo, são sempre "mediadas". Como objeto e tema de pesquisa, uma revisão bibliográfica mostra a temática associada a duas questões básicas: à formação das memórias coletivas nacionais e, após a Segunda Grande Guerra a discussão sobre traumas coletivos advindos de guerras, perseguições e genocídios. Nas últimas décadas, já no século XXI, uma nova frente começou a se formar, agora associada às novas configurações resultantes das Novas Tecnologias da Informação. De fato, a mídia teve um papel fundamental tanto no primeiro como no segundo contexto histórico, mas os estudos do campo comunicacional ainda tratam a memória como assunto periférico, quando comparados a outros temas mais clássicos. No entanto, com a rápida ascensão das novas formas de comunicação, sobretudo com as "em rede" o tema tem se colocado de forma crescente.

¹ Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

² Professora do programa de Pós-graduação em Comunicação Social da PUCMinas. Lidera o Grupo de Pesquisa História, memória cultural e novas tecnologias. silhooper@gmail.com



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

A “comunicação partilhada” não destitui as discussões próprias dos espaços nacionais ou locais, mas sem dúvida as modifica, ou pelo menos se redesenha. Se no primeiro caso a linearidade da comunicação parecia se restringir a um fluxo determinado por dois polos (emissor e receptor), com as novas configurações em rede, a comunicação parece se situar num cotidiano composto por fontes tão numerosas quanto são os seus receptores. Assim, a negociação sobre a produção da memória coletiva é uma prática social irrestrita, inédita na sua forma, e relevante para a formação e manutenção social, não só nacional, mas agora transnacional.

Este processo se liga, por sua vez a emergência de uma verdadeira “cultura da memória”. Há décadas, mais precisamente após a Segunda Grande Guerra, esse processo de valorização vem se estabelecendo, primeiro com relação a fatos e traumas históricos, para nas últimas décadas se disseminar por todas as áreas da cultura. As reivindicações de manutenção de prédios, objetos e práticas culturais se tornaram crescentes, a ponto de promover a chamada espetacularização da memória (Huysen, 2000). A mídia, de um modo geral, tem participado ativamente desse crescente processo, desde as suas formas mais tradicionais (jornais impressos, revistas, cinema e TV) como também nas chamadas Novas Mídias, em especial nas mídias sociais. A memória não é, nesse caso, mais um tema, mas é sobretudo uma prática realizada de forma miúda e constante.

Com o advento da Internet um novo período se inaugura na mídia, com efeitos sociais muito distintos dos até então conhecidos. A mídia de hipertexto, combinada com as novas visualidades (vídeo, novas estratégia imagéticas), e também com o áudio colocam uma nova forma de comunicação. Para além desses novos recursos, a Internet nos forneceu, não só um meio de compartilhar, mas também um veículo por onde se constrói identidades, e portanto, também memórias, tanto públicas como pessoais. Esta relevância pode ser observada, por exemplo, quando o Twitter, em 2010, anunciou a doação de seu arquivo de mensagens públicas, bem como a manutenção de atualizações contínuas à biblioteca do congresso dos EUA.



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Para além do efetivo impacto nas pesquisas, o fato mostra, sobretudo, uma dupla constatação: a de que os meios digitais se incorporaram ao arquivo social pesquisável, e a definitiva presença da história do cotidiano (Certeau, 2005), marcando a presença definitiva do homem comum na produção da opinião e memória pública.

Se no primeiro caso, parece ser evidente relacionar as mudanças tecnológicas ao campo da comunicação e seu impacto sócio cultural gera, no campo da História, com a digitalização das fontes e o acesso facilitado ao público em geral, também se abre a discussão sobre os abalos que a revolução digital imprime ao campo dos estudos da história e seu correlato Estudo da Memória. Como bem nos alertou Derrida (1995), o arquivamento não pode ser pensado longe daquilo que ele chama de “dispositivos”. A configuração das estruturas técnicas de arquivamento estabelece, em grande parte, o alcance do público, e o potencial relacionamento dessa memória com o futuro. De certa forma, com as novas tecnologias de comunicação, não apenas exponenciamos nossa capacidade de arquivamento, tanto pessoalmente como coletivamente, como também nos tornamos partícipes na produção da história. É nesse sentido que Andreas Huyssen afirmou que a memória passa por um verdadeiro “boom”. E assim como no caso de Derrida, Huyssen assinala que este fenômeno não pode ser analisado como fenômeno isolado do movimento tecnológico que o permitiu. Assim, a pesquisa sobre uma nova forma de socialização, passa inevitavelmente por sua forma, sem que possamos separar uma da outra. A comunicação em rede transformou o espaço epistemológico das formações identitárias e, por conseguinte da memória, em algo sem limites e referências

Os estudos mostram que para além dos conceitos oriundos dos estudos sobre a cultura de massa, as novas mídias carecem ainda de um modo investigativo que proporcione os matizes de sua novidade social. Os estudos de Martin-Barbero (2009), Nestor Canclini (2008), Douglas Kellner (2001), são ícones dessa nova frente de pesquisa sobre as Novas Mídias, mas também são notáveis em demonstrar a necessidade de um novo aporte teórico quando se trata de somar ao quadro o problema da memória. Andreas Huyssen observa na mesma direção que



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

As teorias da mídia, algumas delas (Baudillard, Zizek) são meramente narcisistas demais para ter valor significativo quanto ao tópico da memória. Mas mesmo a escola de Frankfurt com a qual trabalho predominantemente não pode ser simplesmente aplicada à situação contemporânea, embora forneça categorias e um enquadramento que podem ser ainda desenvolvidos. (HUYSSSEN, p.102, 2004)

Nossa necessidade por instrumentalização analítica para compreender melhor as Novas Mídias é confirmada por um sistema temporal acelerado também pelo mesmo fenômeno. As novidades tecnológicas e seus equivalentes nas relações sociais e identitárias se alteram com uma rapidez nunca antes vista na história e provoca o que já tem sido chamado de encolhimento do espaço e do tempo, ou por outro nome de “crise de temporalidade”. Essa observação sugere que as novas configurações das tecnologias de informação estão se tornando cada vez mais significativas, e não podem mais ser consideradas um entretenimento. As interações no mundo virtual mostram que é impossível discutir identidades, e também o seu aspecto necessário da memória separadamente da presença da Novas Mídias.

No aspecto que tange a construção de memória, seja pública ou pessoal, parece ter desaparecido a visão do passado como produção de especialistas. A certeza sobre a maleabilidade da memória é explorada de formas criativas. Como contraponto necessário a este fenômeno se proliferam histórias pessoais, dos chamados anônimos, pelas redes sociais. Todos são historiadores de si e do mundo, autoridades e testemunhos de seu tempo.

Desde 2014, o FaceBook adotou nova ferramenta que cria um vídeo com a história virtual do usuário. Ao se realizar o login, o FB carrega um pequeno e simples filme, que reúne fotos, comentários e mais algumas seleções de “likes”. Assim, ao carregar sua página todos os membros dessa Midia Social poderão, quase num nível nostálgico, rever alguns de seus mais comentados e “curtidos” momentos.



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Para além do seu aspecto mais narcísico, o aplicativo pode ser visto como mais um elemento da cultura da memória.

Essa comunicação pretende discutir esses aspectos mais teóricos, à luz de pesquisa empírica realizada em 4(quatro) redes sociais FaceBook, Twitter, Youtube, Cowbird. A intenção é examinar mais detidamente a mediação que envolve a memória (agora em rede) e a construção identitária, a montagem do self. As rupturas, ou recursos outros diferentes do texto, não parecem alterar o carácter narrativo. É possível, talvez afirmar que fora da narrativa não existiria um self. Contudo, novas formas são novos conteúdos também. Embora seja usual se apontar o grau de “encenação” presente nas redes sociais, tal fato não rasura o carácter necessário de “uma memória” para a formação identitária. A vida, a história de si que se constrói é importante por ser narrada, não por ser verdade. Se seu público concede a ela valor de verdade e lhe atribui sentido é este um bom princípio para perceber questões valorativas que estão difusas na cultura. Não deixa de ser este um dos sentidos da pesquisa de Martin-Barbero, a relação entre público e emissor. Neste caso, o fato do emissor ser figura desconhecida, acaba por nos oferecer pistas significativas sobre novos valores, novas formas de autoridade e concessão de legitimidade. Será nessas ordenações mais de detalhe, que uma “nova forma de lembrar” e uma “nova forma de contar sua história” esteja se desenvolvendo.

No âmbito desse fenômeno, portanto, nossa pesquisa foca nas manifestações particulares de configurações e modelagem de memórias de carácter autobiográficas nas Mídias Sociais, onde só aparentemente as narrativas de si podem ser vistas como um “banco de dados”. Isto equivaleria dizer que nossas identidades, pelo menos aquelas em ambientes online, podem ser plenamente manipulados, mobilizados, transportados e mesmo vendidos. Os aspectos mercantis não podem ser desprezados, mas não podem ser considerados como origem das identidades. As narrativas de si nas Mídias Sociais podem se dar ensejo a novas formatações, e surgir como uma espécie de contraponto às clássicas autobiografias da literatura, mas sua presença, sem prejuízo do gênero



II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

autobiográfico, são crescentes e exigem uma maior atenção das pesquisas no campo das Humanidades.

Referências bibliográficas

CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer**. Rio de Janeiro: Vozes ed., 2005.

Derrida, Jacques. **Mal de arquivo: uma impressão freudiana**. Rio de Janeiro : ed. Relume Dumará, 2001.

HUYSSSEN, Andreas, MOREIRA, Sonia V., MORENO, Carlos A. de Carvalho. Mídia e discursos da memória. **Revista Brasileira de Comunicação**, v.27, no. 1, 2004.

HUYSSSEN, Andreas. **Seduzidos pela Memória**. Arquitetura, monumento, mídia. Rio de Janeiro: Aeroplano. Editora. 2000.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. São Paulo: EDUSC, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **As formas mestiças da mídia**. Pesquisa FAPESP Online, edição 163, p. 10-15, setembro, 2009. Entrevista concedida à Mariluce Moura.