

Narrativas do passado no Facebook: consumo de temas de história e memória na *fan page* “Fortaleza Nobre”¹

OLIVEIRA, Thiago Mendes de (mestrando)²
Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ)/ RJ

Resumo: O trabalho tem por objetivo investigar o consumo midiático dos temas de história e memória na *fan page* “Fortaleza Nobre”, no site de rede social Facebook. Por meio do estudo exploratório dos comentários dos usuários da página, será utilizada a metodologia de etnografia na internet para a análise de postagens na página. Tal abordagem busca compreender a sociabilidade criada em torno de temas do passado no ciberespaço, cenário onde predomina a retórica do “novo”. Discute-se a relação entre história e mídia, e apresentam-se algumas contribuições bibliográficas sobre o termo “comunidades virtuais”. A análise dos comentários aponta para a relação entre memória individual e coletiva no contexto comunitário do grupo no Facebook e para o estranhamento dos interagentes diante de uma cidade marcada pelas contingências da modernidade. Por fim, elencam-se hipóteses e questionamentos possíveis para o estudo da mobilização de significados de temas do passado nas redes sociais *on line*.

Palavras-chave: memória; história; redes sociais; Fortaleza

1. Introdução

Os temas do “novo” e da “inovação” encontram no ciberespaço um terreno fértil para novas estratégias de consumo midiático e do marketing, especialmente. No ritmo incessante de *timelines* e *RSS*, o espaço privilegiado é o da novidade, das notícias da última hora, do “último segundo”, do mais recente lançamento da *Apple*.

Em uma observação breve dos principais temas de discussão entre usuários de internet, pode-se pensar que o novo, “que sempre vem”, não deixa brecha para temas do passado. Embora a cibercultura nos proponha “uma ruptura radical com o passado” (FELINTO, 2011), o interesse e a preocupação por uma “memória esfacelada” (NORA, 1993) também se fazem notar no ciberespaço.

¹ Trabalho apresentado no GT de Historiografia da Mídia, integrante do 9º Encontro Nacional de História da Mídia, 2013.

² Mestrando do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Uerj. Especialista em Jornalismo Científico e graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: thiagomendes.uerj@gmail.com. A pesquisa do mestrado é orientada pelo Prof. Dr. José Cardoso Ferrão Neto.

Na site de rede social Facebook, por exemplo, usuários “curtem”, compartilham e criam debates em torno de registros antigos de suas histórias de vida, mas também da cidade onde vivem – ou aquela da memória afetiva. São saudades de tempos que chegaram à nossa experiência apenas por meio de relatos, fotografias antigas e outros registros. Nas teias de esquecimentos, lembranças e nostalgias, a memória e a história³ constituem campos em que os sujeitos criam narrativas sobre o passado – também nas redes sociais.

Embora aqui sejam de interesse as narrativas sobre a memória social ligadas a cidades, há que se notar o interesse dos usuários de redes sociais por outros temas de passado. A rede social Orkut, por exemplo, durante muito tempo a mais acessada pelos brasileiros, é lembrada por usuários do Twitter (por meio da *hashtag* #TemposdoOrkut), que ironizam frases e práticas da rede social dos *scraps*.

No Facebook, existe a prática de se mudar a foto do perfil por uma foto do período da infância ou do super-herói favorito em datas como o Dia das Crianças⁴. Fenômenos como a *fan page* “Gina Indelicada” surgem a partir da foto de uma moça presente em uma tradicional marca de palitos de dentes⁵. São esses alguns exemplos que representam indícios de que a nostalgia constitui um tema recorrente entre usuários das redes sociais⁶.

No que diz respeito especificamente à memória coletiva das cidades, no Facebook usuários compartilham fotos e debatem sobre a cidade onde moram – ou onde moraram – de outros tempos. São registros de logradouros em períodos antigos, cenas do cotidiano em preto e branco e paisagens anteriores a intervenções urbanísticas divulgadas em *fan pages* como: “Fortaleza Nobre” – curtida por 8.863 usuários até o dia 21/04/2013 – “O Rio de Janeiro que não vivi” – curtida 15.923 vezes até a mesma data – e “Jampa das Antigas” – página sobre João Pessoa, curtida por quase 7 mil perfis.

³ Tendo em vista a diferenciação feita por Nora (1993), um dos desafios da pesquisa em andamento será problematizar os conceitos de “história” e “memória” no contexto do ciberespaço.

⁴ Ver Sá e Polivanov (2012).

⁵ Sobre o caso, ver: <http://migre.me/b8G35> (Forbes.com “How A 65-Year-Old Toothpick Brand Became A Surprising (And Profitable) Facebook Marketing Stunt”)

⁶ A *fan page* “Coisa Velha”, por exemplo, é “curtida” por mais de 337 mil usuários. A página “Nostalgia”, por mais de 167 mil.

Conforme lembra Palácios (2010, p. 45), a comunicação rizomática e a liberação do polo emissor multiplicaram “os lugares de memória em rede, tornando cada usuário um potencial produtor de memórias, de testemunhos”.

A partir desses tópicos preliminares, é possível questionar como se dá a construção dos imaginários de memória (individual e coletiva), temporalidades e de preservação do patrimônio histórico no ciberespaço. De que forma os temas de memória coletiva são consumidos por interagentes de comunidades de redes sociais *on-line*?

Uma vez que o estudo é objeto da pesquisa recém-iniciada no âmbito do mestrado, optou-se, por ora, por um estudo exploratório inicial dos comentários da *fan page* “Fortaleza Nobre”, no Facebook, a partir de um esboço da metodologia de netnografia. Para o presente trabalho, foi realizada entrevista com a editora da página, Leila Nobre, e análise de três “posts” do dia 14 de abril deste ano, um dia depois do aniversário de Fortaleza⁷.

2. A *fan page* “Fortaleza Nobre”

A *fan page* foi criada em outubro de 2011 pela técnica em contabilidade Leila Nobre. Desde janeiro de 2009, ela mantém o blog “Fortaleza Nobre”, que reúne aspectos da história e da memória de Fortaleza. A página no Facebook é atualizada praticamente todos os dias por Leila.

A descrição da página traz o seguinte texto: “Tudo sobre a linda cidade de Fortaleza, suas praias, suas ruas, seus bairros históricos e seu povo acolhedor”. O resumo aponta para a abordagem geral da página, qual seja, da afetividade para com a cidade.

São postadas fotos antigas de Fortaleza provenientes de arquivo próprio, de banco de dados de memorialistas amigos da editora da página e de arquivo pessoal de quem curte e interage na *fan page*. Há espaço ainda para fotos pessoais antigas dos próprios curtidores da página, feitas principalmente em locais conhecidos da cidade. Os *posts* servem de mote

⁷ No dia do aniversário da cidade, 13 de abril, não foi realizado nenhum “post” com referência direta à memória de Fortaleza. Nesse dia, está registrado um post com conteúdo mais afetivo: imagem da orla da cidade acompanhada da frase “Parabéns, Fortaleza, meu amor”. Embora tenha gerado grande quantidade de compartilhamentos, a foto gerou pouca interação na própria página. Dessa forma, optou-se pela análise das postagens do dia seguinte, que engendraram mais interações.

para “curtidas”, compartilhamentos, comentários, pedidos de esclarecimentos, sugestões, perguntas e outros tipos de interações sobre a história e a memória de Fortaleza.

Leila conta que, no início, relutou em migrar as postagens do blog para o Facebook por temer não dar conta da demanda, tendo em vista a quantidade de e-mails que recebe dos leitores do blog.

[...] Minha irmã foi a culpada, rsrs ela sempre ficava me falando que o Face era bem dinâmico, que rapidinho as coisas aconteciam e tal. Que seria uma forma rápida de atender aos pedidos de fotos que eu recebia por e-mail... Acabei me deixando convencer e fiz meu perfil pessoal ano passado. E como não tinha somente leitores do blog, ficou meio bagunçado, então fiz a Fan Page do Fortaleza Nobre e amei, ela tinha razão rsrs é tudo muito rápido e amo essa troca de aprendizado sobre a cidade. No blog, sou apenas eu e na fan page, não, todos dão sua opinião e eu aprendo junto também, porque ninguém sabe de tudo, certo? (NOBRE, Leila. **Leila Nobre:** entrevista [set. 2012]. Entrevista por e-mail concedida a Thiago Mendes de Oliveira, por e-mail)

Leila nasceu em Fortaleza, no Centro, mas vive hoje no bairro Meireles, região com mais alto IDH da cidade. Em entrevista, a editora da página diz ter herdado dos pais o gosto por coisas antigas.

Cresci amando Fortaleza, mais ainda a Fortaleza que eu não tive o privilégio de conhecer. Amava quando achava fotos da cidade em livros antigos, ficava curiosa para saber mais sobre as praças antigas, os vultos intelectuais, os tipos folclóricos... Quando íamos ao centro da cidade, meu pai me dava uma verdadeira aula de história, eu ficava encantada, sonhava acordada, ficava tentando me imaginar na Fortaleza antiga... (NOBRE, Leila. **Leila Nobre:** entrevista [set. 2012]. Entrevista por e-mail concedida a Thiago Mendes de Oliveira, por e-mail)

Os nomes da página no Facebook e do blog fazem referência ao sobrenome da autora. A ideia do que ela chama de “trocadilho” com seu sobrenome surgiu quando Leila viu fotos antigas da cidade com referências à arquitetura francesa.

Interessante anotar que a editora da página, legitimada pelos interagentes da página como uma “agente de memória”, não tem qualquer formação em História, sendo apenas uma “curiosa” no assunto. Ana Paula Goulart Ribeiro, na mesma linha da argumentação de Palácios, lembra que o advento das tecnologias da comunicação estão relacionadas com o declínio da História como centralizadora da memória oficial (RIBEIRO, 2003). No

contexto do ciberespaço, portanto, não foi preciso a Leila apresentar credenciais de historiadora para arregimentar seguidores de uma página sobre narrativas do passado de Fortaleza.

3. A comunidade virtual “Fortaleza Nobre” entre a mídia e a história

Para os objetivos aqui traçados, interessa-nos contribuições teóricas sobre as relações entre mídia e passado, bem como as discussões sobre o tema das comunidades virtuais.

A análise empírica se baseia em abordagens etnográficas na internet a partir das contribuições de Fragoso, Recuero e Amaral no livro *Métodos de pesquisa para internet*. De acordo com as autoras, o estabelecimento da internet como campo de pesquisa criou a discussão sobre o uso da pesquisa etnográfica para o estudo das culturas e das comunidades agregadas no ambiente *on line*.

As autoras apontam que o método da etnografia pode ser utilizado para que o pesquisador “tome pé” da situação antes de centrar-se em questões específicas (ANGROSINO, 2009, p.36 apud AMARAL; FRAGOSO; RECUERO, 2012, p.180). Em relação ao problema de pesquisa, o método é especialmente útil em sua definição⁸.

Em princípio, pode-se enquadrar *fan pages* como o “Fortaleza Nobre” na categoria que os autores denominam “comunidades virtuais” (CASTELS, 2003), (RECUERO, 2009), (LEMOS; LÉVY, 2010). Embora o estudo dessas comunidades seja relativamente recente, tal fenômeno é anterior ao advento da própria *web*. As primeiras formas de agregações eletrônicas são formadas a partir de trocas de e-mails e de mensagens em listas de discussão entre instituições universitárias, pesquisadores e alunos ainda na década de 1970 (LEMOS; LÉVY, 2010).

Para Recuero (2009), o conceito de comunidade virtual é uma tentativa de explicar os agrupamentos sociais surgidos no ciberespaço. “Trata-se de entender a mudança da sociabilidade, caracterizada pela existência de um grupo social que interage, através da comunicação mediada pelo computador” (RECUERO, 2009, p.146).

⁸ As autoras anotam que a etnografia pode ser combinada com outros métodos de pesquisa. Interessa-nos estender esses aportes, no decorrer da pesquisa, para contribuições da pesquisa histórica e da hermenêutica do discurso.

Um dos primeiros autores a tratar do tema foi o jornalista norte-americano Howard Rheingold, que define “comunidades virtuais” como

[...] agregados sociais que surgem da Rede [Internet], quando uma quantidade suficiente de gente leva adiante essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no espaço cibernético (RHEINGOLD, 1995, p. 20 apud RECUERO, 2009, p. 137)

Smith (1999 apud RECUERO, 2009), Lemos e Lévy (2010) apontam para a dimensão simbólica das comunidades virtuais. Para Lemos, em razão disso, os membros dessas comunidades e das redes sociais do ciberespaço mantêm certa permanência temporal e se sentem parte de um agrupamento do tipo comunitário “diferentemente de outros que podem se dar no mesmo espaço telemático sem, no entanto, guardarem qualquer vínculo afetivo e/ou temporal” (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 102).

Para outro caminho aponta a argumentação de Silverstone (2005), para quem, na verdade, “*todas as comunidades são comunidades virtuais*” (p. 195, grifo do autor). Segundo ele, embora o termo comunidade possa ser desgastado ou mal empregado, aborda questões nucleares sobre o que torna a vida cotidiana possível e aceitável.

A expressão e a definição simbólicas da comunidade, com ou sem nossa mídia eletrônica, foram estabelecidas como uma condição *sine qua non* para nossa sociabilidade. As comunidades são imaginadas e participamos delas com ou sem o face-a-face, com ou sem contato (SILVERSTONE, 2005, p.195).

Sobre o contexto da participação dos usuários na era das “redes”, Palácios (2010) aponta para a mudança do fluxo das informações na contemporaneidade. “O mundo passou a fluir não apenas de modo continuado, mas também em forma multilinear e personalizável, nas muitas telas que compõem o nosso contemporâneo de mídias convergentes, múltiplas interfaces e plurivocalidades” (PALÁCIOS, 2010, p.43).

A noção de “redes midiáticas”, porém, é bem anterior ao período da cibercultura. Darnton (2005), por exemplo, descreve a formação de uma “densa rede de comunicação” de “rumores públicos” difundidos por mexericos, livros e canções satíricas a respeito da monarquia francesa do fim do século XVIII.

Em resumo, o processo de comunicação se dava de diversas maneiras em muitos ambientes. Sempre envolvia discussões e sociabilidade, portanto não era simplesmente uma questão de mensagens transmitidas por uma linha de difusão a receptores passivos, mas sim um processo de assimilação e reelaboração de informações em grupo – isto é, a criação de uma consciência coletiva ou opinião pública. Se me permitem algum jargão, poderíamos pensar na coisa como um sistema multimídia de realimentação (DARNTON, 2005, p.77).

A descrição feita por Darnton se aproxima do conceito de *cultura participativa*, desenvolvido por Henry Jenkins. A rede de informações na França do século XVIII dialoga com o gênero midiático *fan page*, como a “Fortaleza Nobre”. A partir da mediação da editora – referendada por quem curte a página – conhecimentos sobre temas de memória da cidade são compartilhados e construídos coletivamente pelos interagentes da página.

Esse desejo dos consumidores midiáticos por mais participação e interação nos produtos encontra eco nas redes sociais *on-line*. Para Henry Jenkins, produtores e consumidores de mídia podem agora ser considerados “como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo” (JENKINS, 2008, p. 30). Ele sustenta que, em uma *cultura da convergência*, a circulação de conteúdos depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Dessa forma, segundo o autor, o consumo se tornou um processo coletivo, e a convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores – e não apenas em processos de união de tecnologias – em suas interações sociais com os outros.

Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. Por haver mais informações sobre determinado assunto do que alguém possa guardar na cabeça, há um incentivo extra para que conversemos entre nós sobre a mídia que consumimos (JENKINS, 2008, p. 30).

Silverstone lembra que o consumo é a única atividade essencial pela qual nos envolvemos, diariamente, com a cultura de nossos tempos. Ele problematiza a relação entre o consumo midiático e a retórica do efêmero na mídia. Segundo o autor, só ficamos felizes com o espontâneo e o novo porque confiamos nas consistências do contínuo, porque

sabemos que ele é permanente – sensações estas proporcionadas pela retórica da mídia (SILVERSTONE, 2005, p.155).

Canclini define o consumo como o “*conjunto dos processos sociais de apropriação dos produtos*” (CANCLINI apud MARTIN-BARBERO, 2009, p. 292, grifo do autor). Já Martín-Barbero situa o consumo no campo da produção de sentidos, “lugar de uma luta que não se restringe à posse dos objetos”, “[...] pois passa ainda mais decisivamente pelos usos que lhes dão forma social e nos quais se inscrevem demandas e dispositivos de ação provenientes de diversas competências culturais” (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 292).

Em tempos efêmeros, como são consumidos os temas de memória coletiva no ciberespaço, na relação que esta estabelece entre o presente e o passado? Tendo em vista que a contemporaneidade situa os sujeitos em um ambiente *destemporalizado* e *desmemoriado* (FELINTO, 2005), essa questão é especialmente interessante a ser investigada no ciberespaço. “Eliminando a história da origem, repudiando sua gênese, a cibercultura reforça a ideia de uma realidade da ordem do divino (e, portanto, intraduzível em palavras)” (FELINTO, 2011, p. 2-3). Ao tecer tais considerações, consideramos que “a mídia é o principal *lugar de memória* e/ou de *história* das sociedades contemporâneas” (RIBEIRO, 2003, p.97).

Pierre Nora defende que se fala tanto de memória “porque ela não existe mais” (1993, p. 7). Segundo ele, a necessidade de manter aniversários, organizar celebrações, pronunciar elogios fúnebres, produzir atas evidencia como essas operações não são naturais.

A curiosidade pelos lugares onde a memória se cristaliza e se refugia está ligada a este momento particular da nossa história. Momento de articulação onde a consciência da ruptura com o passado se confunde com o sentimento de uma memória esfacelada, mas onde o esfacelamento desperta ainda memória suficiente para que se possa colocar o problema da sua encarnação. O sentimento de continuidade torna-se residual aos locais. Há locais de memória porque não há mais meios de memória (NORA, 1993, p. 7).

Essa “curiosidade” de que fala Nora pode facilmente ser notada nos comentários de surpresa de muitos interagentes da *fan page* “Fortaleza Nobre”. São cenários e fatos

históricos muitas vezes desconhecidos pelo usuário. E muitas vezes o desconhecimento sobre episódios da memória coletiva da cidade são o mote para as principais discussões.

Diante de uma foto da orla de Fortaleza da década de 1980, uma interagente da página comenta: “Maravilhaaaaaaaaaa! Nenhuma topic⁹... Fantástico!! Quero voltar no tempo!”. Antes disso, outra seguidora comenta: “Olha como era mais verde, hoje selva de pedra!”. O post somou mais de 223 curtidas e 84 compartilhamentos.

Também são recorrentes os comentários e os envios de fotos antigas, além dos relatos dos usuários relacionando experiências vividas e/ou narradas com as imagens postadas pelos administradores da página. No post mencionado logo acima, uma das seguidoras escreve: “LINDA !!! tenho uma foto nessa quadra em 79 ainda bem que eu vivi esse tempo hoje já não é POSSIVEL...”.

Em uma foto postada no dia 14 abril de 2012 cuja legenda é “Estamos na rua Major Facundo, esquina da Guilherme Rocha. Década de 40”, um interagente comenta: “Estive no centro ontem e passei em frente ao palácio da justiça. Lembrei-me desta página”.

A relação entre a memória individual e a memória construída coletivamente é percebida por Maurice Halbwachs (2012).

Os fatos e ideias que mais facilmente recordamos são do terreno comum, pelo menos para um ou alguns ambientes. Essas lembranças existem para “todo o mundo” nesta medida e é porque podemos nos apoiar na memória dos outros que somos capazes de recordá-las a qualquer momento e quando o desejamos (HALBWACHS, 2012, p. 66-67).

Halbwachs explica como as lembranças vêm à tona em grupo, uma vez que o este ajuda a recordá-las e “para melhor me recordar, eu me volto para elas, por um instante adoto seu ponto de vista, entro em seu grupo, do qual continuo a fazer parte, pois experimento ainda sua influência e encontro em mim muitas das ideias e maneiras de pensar a que não teria me elevado sozinho” (HALBWACHS, 2012, p. 31).

Ao atribuir à memória coletiva o título de “uma das grandes questões das sociedades desenvolvidas e em vias de desenvolvimento”, Jacques Le Goff trata da relação entre memória e identidade. “A memória é um elemento essencial do que se costuma chamar

9 *Topic* é a denominação cearense mais comum para os veículos de modelo *van*.

identidade, individual ou coletiva, cuja busca é uma das atividades fundamentais dos indivíduos e das sociedades de hoje, na febre e na angústia” (LE GOFF, 1994, p. 476).

O autor aponta para a conversão do olhar histórico proporcionada pela busca da memória menos nos textos do que nas palavras, nas imagens e nos gestos. De acordo com ele, essa conversão também é partilhada pelo grande público, que teme a perda da memória e a amnésia coletiva. “Essa vou guardar!”, comenta um dos interagentes diante de uma das fotos, como se o ato de salvar o arquivo no computador fosse a extensão da tentativa de preservar o passado do local – ou do local no passado.

É nesse sentido que a maioria dos comentários versa sobre como os tempos anteriores eram melhores e como o tempo presente é ruim, movimentado e violento.

Antigamente... eu adoro o antigamente...Lauro, você teria gostado de ver tamanha beleza e sobriedade. Amo muito o ontem, o hoje precisava ir mais devagar...

Gozado!! andávamos sem culpa e sem medo, era bom [d]emais, hoje já não expira essa paz andar por ai...

BONS TEMPOS!! BELOS DIAS!!!

Era bem mais bonita assim. Com várias, tinha mais árvores! Era muito bom, tranquilo sem maldade sem violê[n]cia,e de muita paz.

Saudade que tenho,vc machuca com essas fotos antigas, só lembranças. (Comentários de interagentes da *fan page* “Fortaleza Nobre”. Acesso em abril de 2013)

Marcados pela nostalgia, os comentários evocam uma cidade que parece não existir mais para os curtidores da página. “O passado é, antes de tudo, uma forma de representar a alteridade. Sempre demarcado em função do tempo presente, refere-se a algo que passou, acabou foi-se: algo que *já não é*” (RIBEIRO, 2003, p.92).

Os comentários da *fan page* dialogam também com as considerações que o ensaísta uruguaio Angel Rama tece sobre a oposição entre a cidade ideal e a cidade real.

[...] a mobilidade da cidade real, seu tráfico de desconhecidos, suas sucessivas construções e demolições, seu ritmo acelerado, as mutações que os novos costumes introduziam, tudo contribuiu para a instabilidade, a perda do passado, a conquista do futuro. A cidade começou a viver para um imprevisível amanhã e deixou de

viver para o ontem nostálgico e identificador. Difícil situação para os cidadãos. Sua experiência cotidiana foi a de estranhamento (RAMA, 1985, p. 97).

Juremir Machado Silva defende que todo sujeito é um “inseminador de imaginários”¹⁰ (SILVA, 2012, p. 9). Nas *fan pages*, esses imaginários são compartilhados de modo mais próximo entre os membros da comunidade, possibilitando a construção de um saber coletivo, do qual quem lê e comenta na página é certamente influenciado.

4. Considerações Finais

As redes sociais *on line* têm desempenhado função importante na difusão de memórias individuais. Na esteira desse processo, dissemina-se também o interesse por temas do passado, principalmente sob a marca da nostalgia, embora o ciberespaço seja marcado pela retórica da destemporalidade.

Em *fan pages* em que são expostos e debatidos temas de cidade, como “Fortaleza Nobre”, que significados são mobilizados por meio dos comentários sobre a história e a memória? Tais comunidades constituiriam “lugares de memória”, nos termos propostos por Pierre Nora (1993), ou há outros processos envolvidos? Haveria uma fetichização da memória nesses espaços?

Embora seja prematuro tentar responder tais questões – que serão desenvolvidas na pesquisa de mestrado – é comum nos comentários a vinculação dos interagentes a uma cidade cuja afetividade está localizada no tempo passado. Os sujeitos estão constantemente se referindo a uma Fortaleza transformada pelas contingências da modernidade em local de estranhamento. E recorrer à nostalgia parece ser o caminho para voltar a essa cidade que parece não mais existir.

5. Referências bibliográficas

CASTELS, Manuel. **A galáxia da internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

DARNTON, Robert. As notícias em Paris: uma pioneira sociedade da informação. IN.: **Os dentes falsos de George Washington**. São Paulo, Cia das Letras, 2005.

10 Na definição do autor, o imaginário, muito mais que o conjunto de imagens, “é uma rede etérea e movediça de valores e de sensações partilhadas concreta ou virtualmente” (SILVA, 2012, p.9).

FELINTO, Erick. **A religião das máquinas**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

_____. Em Busca do Tempo Perdido: O Sequestro da História na Cibercultura e os Desafios da Teoria da Mídia. **Matrizes** (USP. Impresso), v. 2, p. 43-55, 2011

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2012.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. [4. Ed] Campinas: Ed. Unicamp, 1994.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária**. São Paulo: Paulus, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. [2 ed.] São Paulo: Aleph, 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009.

NOBRE, Leila. **Leila Nobre: entrevista** [set. 2012]. Entrevista por e-mail concedida a Thiago Mendes de Oliveira, por e-mail

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História da PUC-SP**, São Paulo, 1993.

PALÁCIOS, Marcos. Convergência e Memória: Jornalismo, Contexto e História. **Matrizes** (USP. Impresso), v. 4, p. 37-50, 2010.

RAMA, Angel. **A cidade das letras**. São Paulo: Braziliense, 1985.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. “A mídia e o lugar da história”. In.: HERSCHMANN, Micael, PEREIRA, Carlos Alberto Messeder (org.). **Mídia, memória & celebridades**. Rio de Janeiro. Ed. E-Papers, 2003.

SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. [3 ed.] Porto Alegre: Sulina, 2012.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** [2 ed.] São Paulo: Loyola, 2005.

SÁ, Simone Pereira de; POLIVANOV, Beatriz Brandão. **Materialidades da Comunicação e presentificação do sujeito em sites de redes sociais**. XXI Encontro Anual da Compós. Universidade Federal de Juiz de Fora, 12 a 15 de junho de 2012. Disponível em < www.compos.org.br >. Acesso em abril de 2013.