



Internet: espaço da sobrevida das imagens midiáticas¹

Ana Paula da Rosa²

Unisinos/ Celer Faculdades

Resumo

As imagens técnicas cada vez mais se tornam auto-replicas, estão nos jornais, nas revistas e na Internet. Mesmo depois que as imagens deixam de aparecer na mídia tida como tradicional, elas passam a ser perenes na web. Desta forma o imaginário coletivo formado pelas imagens internas e externas passa a ser influenciado também por aquilo que é veiculado nas mídias terciárias e, principalmente, nos sites como youtube, que recebe a cada dia um número maior de vídeos. A memória coletiva formada e abastecida por imagens midiáticas e que se confunde com a própria memória midiática do jornalismo está ganhando uma sobrevida na Internet, mesmo quando há uma aparente morte ou esvaziamento. Mais do que auto-referenciais, as imagens são memórias próteses.

Palavras-chave

imagem; jornalismo; mídias terciárias; memória

Corpo do trabalho

As imagens cada vez mais cercam os homens. Imagens desprovidas de corpos ou de suportes, imagens auto replicantes. Este é um fenômeno não tão recente como se pode pensar visto que as imagens já colonizam o imaginário desde que o homem, ainda no tempo das cavernas, encontrou formas de representar sua vida nas paredes das grutas. As pinturas rupestres demonstram um sistema de comunicação altamente

¹ Trabalho apresentado no GP Audiovisual, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Ana Paula da Rosa é doutoranda em Ciências da Comunicação – linha Mídia e Processos Sociais na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná e jornalista pela Universidade de Passo Fundo. Atualmente coordena os cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Celer Faculdades – campus Xaxim. E-mail anarosa@celer.com.br



desenvolvido e a necessidade de eternizar a figura humana. No Egito as múmias embalsamadas preservam o rosto e a imagem sobrevive para além dos anos. Na fotografia, ainda mais com os avanços tecnológicos, o referente colocado do lado de lá, diante da câmera fotográfica, é fixado no papel ou na tela do computador e fica retido na imagem, como um instante que jamais será retomado do mesmo ponto, do mesmo ângulo, com o mesmo olhar. A imagem fotográfica é a prova do assassinato do referente, a morte daquele ser que se deixou fixar para além do tempo. No entanto, as imagens há muito deixaram de estar “apenas” em paredes de cavernas, em álbuns de fotografias e passaram a fazer parte dos meios de comunicação.

Hans Belting, no texto *Mídia e Corpo* (2006), defende um sentido diferenciado para o termo mídia, o qual será empregado neste artigo. Para Belting mídia é entendida como “o agente pelo qual imagens são transmitidas, enquanto corpo significa tanto o corpo que performatiza quanto o que percebe, do qual as imagens dependem na mesma medida em que dependem de suas respectivas mídias. Assim, para Belting os meios de comunicação são suportes para as imagens, porque não as produzem efetivamente, embora possam propiciar a construção das imagens mentais a partir da veiculação destas imagens técnicas. Em síntese, o meio é o portador da imagem que por sua vez transmite sua mensagem.

“Não há imagem visível que nos alcance de forma não mediada. Sua visibilidade repousa em sua capacidade particular de mediação, a qual controla a sua percepção e cria a atenção do observador. Imagens físicas são físicas em virtude da mídia que utilizam, mas a idéia de imagem física não pode mais explicar as tecnologias presentes. As imagens sempre foram confiadas a uma dada técnica para sua visualização. Quando distinguimos uma tela de uma imagem, prestamos atenção a uma ou a outra como se fossem distintas, o que, na verdade, é falso; elas se separam somente quando desejamos separá-las em nosso olhar. Neste caso, dissolvemos sua “simbiose” factual por meio de nossa percepção analítica. Até mesmo nos lembramos de imagens destacadas de sua medialidade específica, na qual a encontramos pela primeira vez, e lembrar significa primeiramente desincorporá-las de suas mídias originais e posteriormente reincorporá-las em nosso cérebro” (BELTING, 2006, p. 03)

A partir desta afirmação de Belting é possível dizer que a imagem e o meio são coisas distintas, mas que se confundem e se inter-relacionam de tal forma que é difícil separá-los. No entanto, a imagem midiaticizada ao ser removida de sua mídia passa a ter uma outra mídia que é o nosso próprio cérebro para que possamos incluí-la em nosso



imaginário. O imaginário é constituído, portanto, de imagens já vistas. Os meios de comunicação ao reproduzirem as mesmas imagens, ou retomar imagens antigas para atualizar textos jornalísticos ou ilustrá-los acabam por veicular imagens que também são textos conforme entende a Semiótica da Cultura. Assim, estas imagens midiáticas passam a atribuir sentidos complementares ao noticiado, sentidos estes muitas vezes só apreendidos inconscientemente. As imagens veiculadas na mídia, seja em jornais impressos ou em sites da Internet, acabam por promover e organizar o imaginário coletivo. Christoph Wulf (2002) afirma que

fantasia, imaginação e capacidade imaginativa são três definições da capacidade humana de assimilar imagens de fora para dentro, portanto de transformar o mundo exterior em mundo interior, assim como a capacidade de criar, manter e transformar mundos imagéticos interiores, de origem e significados variados (WULF, 2002, p. 03).

Com outras palavras Bystrina (1995) distinguiu imagens mentais e exteriores como imagens endógenas, portanto interiores, e exógenas, como as exteriores. Cada vez mais, num sintoma da contemporaneidade, as imagens exógenas fomentam a criação de imagens endógenas e elas próprias passam a existir em nosso imaginário. Lugares nunca visitados, por exemplo, expostos nas mais variadas mídias passam a fazer parte de nosso repertório. Notícias do provável ataque ao Irã e suas imagens, ou da polícia brasileira desprovida e despreparada para as ruas passam a integrar o universo de imagens internas e a ser reproduzidas. Isto demonstra a formação não apenas de um imaginário pessoal e divisível, mas de um imaginário comum, o coletivo. Desta forma o repertório iconográfico individual é uma soma de imagens mediadas, portanto, do não vivido, com as experiências reais, da ordem do vivido. Como os meios de comunicação recorrem às mesmas imagens, seja por critérios e noticiabilidade, seja por acessibilidade aos fatos, seja por uma total morte dos fatos, ou dependência de fontes, o imaginário coletivo é formado pela repetição de imagens em variados suportes e por longos períodos. De maneira que não apenas o imaginário coletivo é produzido como também a mídia estimula a criação de uma memória coletiva.

Na língua alemã a palavra *gedächtnis* significa memória como um conjunto de imagens, ao mesmo tempo que o termo *erinnerung* define a atividade de lembrar por meio de imagens. O homem produz imagens, ao mesmo passo que se apropria de imagens existentes e ambas resultam em sua memória. Segundo Frances Yates (1966), a



memória pode ser natural ou artificial. A natural é aquela gravada na mente e que se dá junto com o pensamento. Já a artificial é aquela que precisa ser trabalhada por meio do treino e da técnica, como, por exemplo, a visualização de imagens repetidas que se configuram como memória. São Tomás de Aquino (apud SMOLKA, 2000) formula três regras sobre a memória: “1. a *memória* está ligada ao *corpo* (sensações, imagens); 2. a *memória* é *razão* (ordenação, lógica); e 3. a *memória* é *hábito* de recordar (meditação preserva a memória)”. Deste modo, a memória depende das imagens mentais criadas e também das imagens do mundo, que são vistas e sentidas e passam a integrar o corpo propriamente dito. A memória é o resultado do processo de colocar as imagens em ordem e essa ordenação racional se dá por meio do hábito, ou seja, pela constante rememoração destas imagens e sensações vividas e experimentadas no tempo, visto que o tempo é fundamental para a memória.

Porém, a função memória inerente à fotografia e ao jornalismo (um arquivo de fatos e da própria história), isto é a possibilidade que as imagens possuem de eternizar um fato no tempo, é diferente da memória em si, pois esta última é individual e coletiva. Individual, porque a memória é formada com base nas imagens mentais de cada pessoa e conforme o seu conhecimento de mundo. Coletiva, no sentido de que tudo o que é mostrado em imagens, o que é construído pela capacidade imaginativa do homem recebe a influência da cultura, podendo, então, se configurar como integrante de uma memória social que pode ser transmitida. Frequentemente, são as memórias artificiais que se sobrepõem às naturais, substituindo-as.

Então se o imaginário é colonizado por imagens externas e internas e se essas mesmas imagens permitem a criação de uma memória, os meios de comunicação possuem um papel ainda maior do que se poderia supor, o de promover a memória e não menos o pensamento. O que se coloca em discussão neste artigo é como as mídias digitais, as galerias de imagens dos jornais on-line e o youtube, desempenham, gradativamente, a função memória ao se constituírem no arquivo de imagens que coincidem com aquelas que arquivamos mentalmente.

Mídias terciárias: possibilidade de permanência

Os meios de comunicação como um todo possuem a possibilidade de fornecer imagens e textos verbais que podem vir a fazer parte da memória do homem. No



entanto, as mídias terciárias digitais³, recorrendo à definição criada por Harry Pross (1980), parecem ter esta potencialidade ampliada, uma vez que permitem o processo contrário ao que ocorre com as mídias secundárias que é o descarte. O jornal impresso, por exemplo, é feito para ser descartado, visto que a efemeridade de suas informações dura até a chegada da edição seguinte. Obviamente que algumas notícias e algumas imagens são recortadas, guardadas, mas a memória ali presente é formada no ato, no instante em que é lido, manuseado aquele jornal. Para Mônica Nunes (2001) a informação jornalística faz com que as palavras durem (as imagens duram ainda mais), elas tardam a morrer, porque ficam se “retorcendo”, indo e vindo constantemente. A circularidade das imagens na mídia impressa, ou seja, o seu aparecimento, reaparecimento constante faz com que um determinado conjunto de imagens seja replicado várias vezes. Mas há momentos em que estas imagens e textos verbais ficam suspensos, criam lacunas no tempo. Nas mídias terciárias digitais o processo é diferente, pois têm-se um constante banco de dados onde fotografias velhas podem ser vistas como se fossem novas, às vezes até retomadas, recortadas e incluídas em contextos completamente diversos dos originais.

Os jornais on-line, por exemplo a Folha de São Paulo, mantêm uma galeria de imagens de notícias que já foram veiculadas, sendo que estas imagens estão agrupadas por categorias ou em “arquivos” especiais, caso do 11 de setembro, do acidente de avião da TAM, dos atentados em Madrid e Londres, do buraco que rompeu no chão de São Paulo em plena Paulista. Essas imagens não estão lá a toa, não são apenas como os arquivos de fotos impressas que ficam enferrujando nas redações e as quais são usadas para testar a coragem do repórter inexperiente. Estas imagens desprovidas de matérias, inseridas em um espaço chamado “galeria” que remete às galerias de arte, aos museus, estimula a visitação do internauta. Sedentos por imagens que estamos, diante de uma crise da visibilidade instaurada, as fotos são mais atrativas que as palavras. As imagens para Norval Baitello Júnior (2005)

Declararam sua independência do mundo da vida e das coisas, há muito fundaram um mundo próprio, o mundo das imagens. E tentam nos seduzir a nos transferirmos para lá. Sua sedução conta, além

³ Mídias terciárias são aqueles que exigem um aparato tecnológico tanto por parte do emissor quanto do receptor da mensagem. Enquadram-se neste caso a televisão, o rádio e mais recentemente os meios on-line. Pela classificação de Pross, as mídias primárias são aquelas que não exigem aparatos, exceto o próprio corpo como suporte. Já os meios secundários são aqueles que demandam um aparato para emissão, caso da fotografia.



disso, com um poderoso aliado, a extenuação dos nossos olhos diante de seu insistente apelo. E o “padecimento dos olhos” (assim o formulou Dietmar Kamper, 1997) em busca de camadas mais profundas, torna-se facilmente a primeira vitória das superfícies impenetráveis das imagens que sonégam as histórias, substituindo-as por mais imagens, mais superfícies ao invés de profundidades e desdobramentos. (BAITELLO, 2005, p.46)

O apelo das imagens é superior ao apelo das palavras, mesmo que como aponta Baitello já tenhamos chegado ao momento em que as retinas estão fatigadas, seja de ver o diferente, mas ainda mais de ver o mesmo. Entretanto se continua vendo. As galerias de imagens na web, é preciso esclarecer, não fogem da ordem do descarte, pois na Internet as informações são atualizadas ou “recozidas” minuto a minuto, porém por princípios técnicos os sites guardam em “baús on-line” nossas memórias visivas, permitindo o reabastecimento a qualquer momento. Recentemente, no dia 07 de julho de 2008 alguns sites noticiosos trouxeram como pauta o “aniversário” do atentado de Londres. Independentemente do gancho das matérias, da forma como elas foram construídas, as imagens veiculadas das vítimas foram novamente colocadas em destaque nas páginas principais. O ritual de circulação, de rememoração das imagens e temas se deu, porém, apenas na web. Os principais jornais impressos brasileiros sequer destinaram uma linha à data, o que significa não o esgotamento do tema, mas a possibilidade de sua exploração e sobrevida na Internet.

A rede mundial de computadores permite a retomada das notícias anteriores, a reconstrução do fato tal qual era para a situação atual do fato não apenas por meio da narrativa verbal, mas pela reconstituição imagética, já que há um ciberespaço inteiro para isso. Pelo hipertexto é possível que o internauta escolha seu caminho e mesmo assim veja o que deve ser visto. A Internet possibilita o re-ordenamento da memória, quando um fato já prestes a ser esquecido é retomado a memória visiva é reafirmada e assim mantida viva. Mônica Nunes (2001, p. 149) ao citar a teoria do darwinismo neural destaca que “o esquecimento não é outra coisa senão a incapacidade de correlacionar certas informações, de ordenar e formar categorias, assim como a memória se revela também nessa contínua re-invenção, re-ordenação”.



Contudo, a re-ordenação de nossa memória e o processo de reavivamento cíclico de alguns fatos pela mídia, gerando a memória midiática, que se assemelha de certa forma aos bancos de dados, está pondo em risco a capacidade de experienciar. Ítalo Calvino (1999) já apontava como problemática a perda da experiência, uma vez que ela estaria sendo mediada pelos meios de comunicação. Se a experiência se torna cada vez menos necessária, ainda mais quando se fala no universo on-line onde tudo é possível na distância, o vasculhar da lembrança individual também se torna, pouco a pouco, desnecessário. Ocorre uma perda da memória “natural” para gerar uma “memória midiática”. Nesse sentido, os meios de comunicação, com ênfase aqui nos on-line, podem contribuir para a “amnésia coletiva”, pois criam e fortalecem uma memória específica, baseada em determinados fatos que devem ser lembrados. Para a autora Myrian Sepúlveda dos Santos (2003), a memória é um processo social em que indivíduos isolados interagem uns com os outros, definindo o que deve ser lembrado e o que pode ser esquecido. Entretanto, cada vez mais esse processo social se dá através dos meios de comunicação, é um processo coordenado pelos meios, sincronizado para retomar o termo de Harry Pross. A sincronização por meio da definição de agendas diz, então, aquilo que deve ser omitido, o que não pode ser ocultado e principalmente, aquilo que não deve ser esquecido para que continue existindo.

Myrian Sepúlveda dos Santos (2003, p. 93) alerta ainda que “o que recordamos não é exatamente igual ao que já aconteceu, uma vez que ao mesmo tempo que construímos o passado, ele também nos constrói”. Deste modo, é possível dizer que determinado fato ocorreu, mas não há segurança em afirmar que ele ocorreu daquela forma como se é capaz de lembrar. É possível dizer como foi o atentado de Londres, quantas vítimas, quantos ingleses feridos, retomar o estrondo da explosão simultânea de trens e metrô, mas a lembrança é a lembrança da mediação. Isto quer dizer que os meios de comunicação, neste caso, principalmente os arquivos de dados na Internet, propiciam uma “pseudo-segurança” de que aquilo ocorreu de determinada forma. Pseudo no sentido de que é uma segurança de que aquilo foi escrito ou produzido por aquela perspectiva naquele momento. Em síntese, por memória coletiva midiática pode-se entender desde representações coletivas até testemunhos parciais.

Em relação à mídia, Mônica Rebecca Ferrari Nunes (2001, p.23) lembra que por seu papel de armazenamento de informações ela poderia ser considerada como “toda a memória do mundo”. No entanto, mais do que a função de arquivo, a memória organizada na mídia “comporta-se como traço evolutivo expandido na semiosfera, reino



dos signos, por intermédio de um intrincado arranjo de memes². A semiose, que o corpo gera para lembrar, não se separa daquela produzida pelo próprio corpo, como informação para organizar a memória cotidiana”. E como a mídia passou a ter tamanha responsabilidade? Quando a informação tida como secreta passou a ser compartilhada, exigindo uma espécie de decifração e de magia, quando a mídia passou a ser a produtora e a detentora da história.

Youtube: recordações em circulação

Os espaços na web como o Youtube permitem aos usuários utilizar a rede como um grande repositório de memórias. Diariamente são postados no youtube cerca 65 mil novos vídeos e mais de 20 milhões de pessoas acessam o site para visualizar os vídeos. Jovens de todo o mundo gravam em celulares, câmeras amadoras ou profissionais, detalhes de sua vida e postam na Internet com o objetivo de obter uma fatia da visibilidade. No entanto, até mesmo o jornalismo está migrando para o youtube ou se valendo dele. Em alguns casos os vídeos postados viram notícia, em outros as notícias e seus temas viram vídeos no site. Este é o caso da condenação e morte de Saddam Hussein, são mais de 40 vídeos disponíveis com o nome do ex-ditador iraquiano. Para Luiz Miguel Loureiro (2007) este é um novo não-lugar.

Neste novo não-lugar do mundo, tudo cabe: dos extractos seleccionados a partir de programas emitidos nas redes convencionais de televisão, *clips* de música e cinema, reportagens de informação diária... aos vídeos realizados pelos próprios utilizadores, razão essencial do sucesso exponencial do site. A participação individual é potenciada e patrocinada pelas funcionalidades de resposta e interactividade. Cada vídeo colocado na rede pode ser comentado ou ser mesmo objecto de uma *video response* (resposta-vídeo). No YouTube multiplicam-se assim caras anónimas, sujeitos accionados à distância pelo clique da escolha aleatória. A cada *clip* corresponde um *frame*, instante congelado em imagem estática, e um conjunto de *tags*, ou palavras-chave que o descrevem e servem de auxiliares no motor de busca da imensa base de dados. (LOUREIRO, 2007, p.165)

³ Meme é um termo desenvolvido por Richard Dawkins que atribui a esta expressão o mesmo significado que os genes possuem na evolução biológica, ou seja, o meme é uma representação mental com a capacidade de ser replicador e poder atingir outros cérebros.

O Youtube aparece como um banco de dados e um local de perpetuação da memória. O YouTube é um repositório “do esquecimento global” e, no entanto, nele se projeta permanentemente o desejo da lembrança. O que é postado ali é postado para não ser esquecido e é retomado pelo desejo de lembrar, bastando para isso apenas digitar parte do objeto que se busca, mesmo que de brincadeira.

Ao guardar diariamente sessenta e cinco mil novos *clips*, o servidor constitui-se como um gigantesco arquivo global em imagem. É certo que desconhecemos o destino do acervo, não nos é possível afirmar se estamos ou não em presença de um arquivo perene, dado não existirem quaisquer indicações sobre a captura ou o apagamento dos vídeos carregados. Suponhamos, no entanto, que sim. Estaremos, assim, a falar neste momento de um acervo não inferior a trinta milhões de *clips*, com boas hipóteses de ser bem maior. E sempre a crescer. (LOUREIRO, 2007, p.169)

Mesmo que não seja possível saber se esses vídeos são eternizados no site, é possível perceber que o desejo de se transformar em imagem, da vida na superfície da imagem é fortalecido e se cristaliza, visto que se trata de um espaço único e exclusivamente voltado para a imagem do já ocorrido, uma imagem sem autor, sem dono. É nos sites como o Youtube que as imagens midiáticas, ou seja, já veiculadas em algum suporte anteriormente se mantêm e sobrevivem para além daquela vida já prevista pelos rituais do calendário dos meios de comunicação. Para Alberto Sá (2006)

Importa realçar que o tradicional baú das recordações assumiu a forma de objectos digitais, num aparato de múltiplas dimensões: áudio, vídeo, fotos e texto. Aparentemente, as tecnologias digitais alteraram o modo como enquadrámos o nosso passado em novos modos sensoriais, afectando tanto as convenções de recordação como as de comunicação. Nestes moldes, o arquivo pessoal ganha vantagem em função do acesso, da visibilidade e do alcance. Não deixa de ser interessante analisar se esta viragem para o digital é o resultado da pressão técnico-comercial, ou antes, se o desejo de uma articulação mais criativa com o espólio memorial pessoal. Cada qual atribui importância própria à dimensão aquivística, seja nas iniciativas para preservar digitalmente todo o espólio documental (fotos amareladas pelo tempo, os diários da juventude, as cassetes em VHS, entre outros) sejam em práticas do quotidiano (por exemplo, manter as mensagens por SMS mais significativas; incorporar a função de arquivo nos blogues de texto, de imagem ou de som; preservar as mensagens de correio electrónico, algo a que o *GMail*, o e-mail da *Google*, se propôs com grande eficácia, atribuindo uma quota de espaço para que “nunca tenhamos que apagar

outra mensagem”, como se pode ler na página de acesso ao serviço).
(SA, 2007, p. 06)

Enfim, cada vez mais há a necessidade de eternizar não só os momentos ou fatos noticiosos, mas eternizar as imagens para que elas perdurem mais que seus próprios suportes midiáticos. A imagem midiática se torna a memória coletiva e quando a sociedade muda, passando a valer-se dos meios digitais estas imagens acompanham a evolução e continuam tendo o mesmo efeito, com a diferença de que agora perenes e independentes de contextos, legendas e títulos. A condenação de Saddam pode ser ouvida com tradução simultânea e até o enforcamento é transformado em uma ficção que permite que tenhamos em mente que o suposto “causador” da guerra contra o terror já está morto, mas a guerra continua, agora sem alvo.

As modalidades de digitalização têm promovido uma reinvenção dos antigos rituais. A disseminação da memória pessoal é, crescentemente, uma tarefa cada vez mais *online* através do uso em simultâneo de múltiplos formatos para apresentar informação, como o texto, o gráfico, a animação, as imagens estáticas, os vídeos e o som. As tecnologias da memória, apesar de poderem incluir memórias, recordações ou outro tipo de objectos, são progressivamente tecnologias visuais de formas mediatizadas e massificadas – fotografias, filmes, espectáculos televisivos e imagens digitais. É a exteriorização da memória que permite a transmissão memorial (SA, 2007, p.08)

Mediante este quadro temos duas situações: a primeira é a necessidade de retomar imagens já vistas para construir a experiência e a memória. Estas imagens são, geralmente, as mediatizadas e que se tornam imagens internas. A segunda situação é a exposta acima, quando imagens da memória se transformam em imagens exteriores. Assim, tem-se no Youtube uma via de mão dupla: de um lado a memória sendo reabastecida, reavivada, de outro a memória sendo tornada pública. Do interior de nosso cérebro, a caixa preta que só nos temos acesso, passa a ser conhecida, compartilhada, transformada também em imagem. As imagens mediatizadas viram próteses da memória, sobrevida das imagens mediatizadas em outros meios e extensões do próprio homem.



Considerações finais

As imagens se tornam autônomas, auto-referenciais, falam de si mesmas, replicam imagens anteriores e a mídia reproduz imagens quantitativamente, por inúmeras razões, dentre elas a acessibilidade e a intencionalidade. Mas independentemente do que determina a vida das imagens, o que importa é que elas perduram e tornam-se, gradativamente, a cristalização da memória. A memória, hoje, é formada pelas imagens exógenas, que de tanto serem replicadas, de circularem ao nosso entorno, passam a pertencer ao repertório iconográfico individual e ao imaginário. Quando se questiona sobre qual a imagem que um adolescente tem das torres gêmeas ele certamente dirá que é a imagem das torres em chamas. A imagem transmitida pela televisão, disponível em vídeos na Internet, reproduzida nos jornais se transformou na própria memória, já não conseguimos mais preencher o vazio das torres gêmeas senão com a imagem de sua destruição. O atentado de Londres que recentemente completou



mais um ano da ocorrência não foi mencionado pelos jornais impressos, mas foi manchete em jornais on-line com o retorno das imagens já apresentadas em 2006.

As imagens midiáticas organizam o imaginário e a memória coletiva, reforçando a crise da visibilidade apontada por autores como Norval Baitello, Slavoj Žižek, Dietmar Kamper ou Paul Virilio. As imagens colonizam o imaginário criando galerias de fotografias, assim como a web dispõe de galerias de imagens sobre os mais variados temas. Estas galerias permitem manter aquilo que deve ser lembrado, já que os olhos de tão exigidos que são pela quantidade massiva de imagens distribuídas em jornais, em outdoors, já na conseguem mais dar conta de apreender toda a realidade disponível para ser vista. Alsina (1989) destaca que os processos comunicativos são episódicos ao mesmo tempo que a memória midiática replica fatos e práticas, então esse processo replicante nos transforma também em mídias, mas não no conceito de mídias primárias de Pross, nos transforma em mídias na concepção de Belting, de transmissores de imagens.

O Youtube é uma prova da necessidade de visibilidade e também de colocar as recordações em circulação, seja as recordações dos meios, notícias, erros de gravações, imagens emblemáticas, seja as recordações individuais que difundidas na rede se tornam pertinentes não só para grupos de amigos, mas alvo da curiosidade humana. A memória coletiva fomentada pelas imagens midiáticas se torna, na web, uma memória prótese, extensão humana como diria Marshall McLuhan e determinam uma sobrevivência a estas imagens. Algumas perguntas ainda permanecem. Quem determina a vida das imagens? Quem determina o que deve ser lembrado? Na verdade, a dúvida maior e mais substancial parece ser o que estamos esquecendo?

Referencial bibliográfico

BAITELLO JUNIOR, Norval. **O animal que parou os relógios**: ensaios sobre comunicação, cultura e mídia. São Paulo: Annablume, 1999, reimpressão 2003.

_____. **Comunicação, mídia e cultura**. Perspectiva. São Paulo: Fundação Seade, out-dez/1998.

_____. **A era da iconofagia**: ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker Editores, 2005.



BELTING, Hans. **Pour une anthropologie des images**. Paris: Gallimard, 2004.

_____. Image, medium, body: a new approach to iconology. **Grhebh**. São Paulo, nº 8, julho de 2006. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/grhebh>> Acesso em: agosto de 2006.

BYSTRINA, Ivan. **Tópicos de semiótica e cultura**. São Paulo: Cisc, 1995

DURAND, Gilbert. **Estruturas antropológicas do imaginário: introdução e arquetipologia**. 2ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

KAMPER, Dietmar. Os padecimentos dos olhos. In: CASTRO, G.; CARVALHO, E. ;

ALMEIDA, MC. (orgs). **Ensaio de Complexidade**. Porto Alegre: Sulina, 1997, p. 131-137.

_____. Imagem. In: **Cosmo, Corpo, Cultura: Enciclopédia Antropológica**. A cura de Christoph Wulf. Milano, Itália: Ed. Mondadori, 2002.

LOUREIRO, Luís Miguel. Os arquivos globais de vídeo na Internet: entre o efêmero e as novas perenidades. O caso YouTube. In: **Comunicação e Sociedade**, vol. 12, 2007. (p. 163-172)

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **A memória na mídia: a evolução dos memes de afeto**. São Paulo: Annablume, Fapesp, 2001.

PROSS, Harry. **Estructura simbólica del poder**. Barcelona: Gustavo Gilli, 1980.

_____. Violência simbólica y violencia física. In: PRIMEIRO CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE INFÂNCIA, JUVENTUDE E COMUNICAÇÃO AUDIOVISUAL, Generalitat Valenciana, Valencia: Andreu López Blasco, 1991. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br>> Acesso em: 02 jun. 2005.

SÁ, Alberto. A web 2.0 e a meta memória. In: **Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação**. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, 2007

SANTOS, Myrian Sepúlveda. **Memória coletiva e teoria social**. São Paulo: Annablume, 2003.



VIRILIO, Paul. **A bomba informática**. São Paulo: Estação Liberdade, 1999.

_____. **A máquina de visão**. 2ª edição. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.

WULF, Christoph. **Imagem e Fantasia**. Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/>> Acesso em: 5 out. 2005.

YATES, Frances. **The art of Memory**. Chicago: University Press, 1966.

VATTIMO, Gianni. **A Sociedade Transparente**. Lisboa: Relógio D'Água., 1992.

ŽIZEK, Slavoj. **Bem-Vindo ao Deserto do Real**. Lisboa: Relógio D'Água., 2006.