

Cthulhu e cibercultura: uma análise da participação dos fãs do monstro criado por H.P. Lovecraft na página Cute-thulhu, no Facebook.¹

Gabriela Birnfeld Kurtz²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

O objetivo do presente artigo é analisar a participação dos fãs do monstro Cthulhu, criação de um dos maiores expoentes da literatura fantástica americana do século XIX, Howard Phillips Lovecraft, na página Cute-thulhu, dentro do site Facebook. Valendo-se de conceitos como redes sociais, cultura participativa e fãs, busca-se, por meio da análise de imagens criadas pelos usuários e dos diálogos provenientes destas criações, compreender como se dão as relações entre os integrantes dessa página e o monstro. Além disso, procura-se observar as transformações pelas quais o monstro Cthulhu passou a partir do conto original criado por Lovecraft em 1926, dentro do contexto da cibercultura e dos contextos de interação da atualidade.

Palavras-chave: Cibercultura; H.P. Lovecraft; fãs; cultura participativa; comunicação.

1. Howard Phillips Lovecraft e o monstro Cthulhu

O presente artigo objetiva analisar a participação dos fãs de H.P. Lovecraft – mais precisamente do monstro criado por ele, Cthulhu -, na página Cute-thulhu, no Facebook. Para tal, utiliza-se conceitos como redes sociais, cultura participativa e fãs, de maneira a buscar a compreensão de como se dão as relações entre os integrantes dessa página e o monstro, bem como as transformações que este passou a partir do conto original escrito por Lovecraft no século XIX.

Howard Phillips Lovecraft foi um escritor americano, nascido em Providence, cidade situada no estado de Rhode Island, que viveu entre 1890 e 1937. De acordo com Caio Alexandre Bezarias (2010), Lovecraft transitou por três subgêneros da literatura fantástica: o horror, a ficção científica e a fantasia, sem se prender a um estilo apenas. Descendente de duas famílias aristocratas anglo-saxãs, os parentes mais próximos de Lovecraft afirmavam conhecer sua árvore genealógica desde os colonizadores dos Estados Unidos – fato que demonstra um apreço por valores aristocráticos por parte da família do escritor. Este, que também acreditava nestes princípios, mesmo sendo um racionalista e ateu

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 01 a 05 de setembro de 2014.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e Bolsista CAPES. E-mail: gabriela@sidicom.com.br

convicto. Logo, por conta disso, suas obras demonstravam uma visão dos protestantes puritanos, que é marcada pela desconfiança em relação ao outro, e pela fascinação e medo do macabro. A vida de Lovecraft foi marcada pela decadência econômica de sua família, o que desencadeou no jovem crises nervosas, prejudicando-o em diversas atividades cotidianas. O escritor não concluiu o equivalente ao segundo grau no colégio, e não possuía emprego definido, vivendo como *ghost writer* e revisor de revistas e jornais. Tímido e retraído, Lovecraft mantinha poucas amizades via correspondência e raramente saía da cidade em que morava. (BEZARIAS, 2010).

Sua obra, fruto muito mais de sua criatividade do que de vivências concretas, aproxima-se de autores como Henry Adams, Stephen Crane, Upton Sinclair, Jack London, Theodore Dreiser e, por vezes, o autor é classificado como discípulo de Edgar Allan Poe. Sua produção é vasta, contendo mais de cem narrativas, poemas e ensaios, e cerca de cem mil cartas. Seu conto mais famoso é “O Chamado de Cthulhu”, mas há muitos outros que constituem sua obra, como “O Horror de Dunwich”, “Sussurros na Escuridão”, “O Assombrador das trevas” e “A Sombra Vinda do Tempo” (BEZARIAS, 2010).

Por ter vivido no final do século XIX e no início do século XX, o autor tem sua obra fortemente marcada pelo ideário da época. Temas como racismo e segregação social (CLARET, 2011), podem ser percebidos como consequência do contexto sócio-histórico em que Lovecraft estava inserido, principalmente marcado pela forte influência da sociedade protestante que se fazia muito forte e presente em Providence. O desenvolvimento industrial e a crescente imigração nos Estados Unidos nos anos 20 desmantelava pouco a pouco a sociedade aristocrata rural em que o autor vivia. Por conta disso, seus contos representam também a incompreensão e a negação do autor perante “uma ordem espacial-econômico-social” (BEZARIAS, 2010, p.21) que se instaurava. Mesmo que estes fatores tenham direta relação com os contos de Lovecraft, é o elemento fantástico que realmente seduz o imaginário das pessoas atualmente:

Os contos são uma mistura de horror e ficção científica: em todos eles é retirada a ideia, ou suposição, de que seres de outras dimensões e eras dominaram anteriormente nosso planeta, e agora se encontram à espera e à espreita para, no momento certo, voltar a dominá-lo [...]. Os tais seres de outras dimensões são extremamente poderosos e assustadoramente malignos, e são apenas as pessoas ultrasensíveis – artistas, pintores, escritores – que têm um vislumbre de sua existência, em sonhos ou em acessos de delírio e loucura (CLARET, 2011, p.13).

Um dos personagens mais emblemáticos de H.P. Lovecraft encontra-se em seu conto mais famoso: “O Chamado de Cthulhu”. Esse contém o relato da descoberta que um homem faz sobre um deus antigo e todo o horror que isso traz para as mentes sãs que tem a

infelicidade de se encontrar com tão grotesca realidade. Esse deus antigo atende por Cthulhu, palavra que não seria possível de ser pronunciada por línguas humanas (LOVECRAFT, 2011 [1926]). Sobre sua forma, Lovecraft o descreve como:

[...] um monstro de contornos vagamente antropoides, mas com uma cabeça semelhante à de um polvo, cuja cara era uma massa de tentáculos; tinha um corpo de aspecto borrachoso, coberto de escamas, prodigiosas garras nas patas traseiras e dianteiras e longas e estreitas asas nas costas. (LOVECRAFT, 2011 [1926], p.30)

Este conto traz diversos indícios do contexto sócio histórico mencionado anteriormente, como o fato de que apenas homens eruditos ou estudados tem a capacidade de receber comunicações da criatura, enquanto os cultos pagãos são uma atividade de pessoas “de fora”, como índios e negros. Contudo, poder-se-á perceber, ao longo deste artigo, que estes aspectos se perdem com a reapropriação dos fãs nos tempos atuais, quando estes retratam o monstro de maneiras variadas, mas não abordam os pontos explicitamente históricos do conto. No próximo item, realizar-se-á uma breve contextualização do momento atual, abordando-se conceitos de *new media* e cibercultura.

2. *New media* e cibercultura

Lev Manovich (2001) aborda a cibercultura com o termo *new media*. O autor conceitua as novas mídias como objetos que podem ser descritos matematicamente. Assim, elas são programáveis. As mídias anteriores se encaixavam em um pensamento industrial: no momento em que um “modelo” (podendo ser uma fotografia, um filme, entre outros) é criado, numerosas cópias podem ser produzidas a partir de sua matriz. As novas formas midiáticas correm então, à contramão da sociedade pós-industrial, trazendo customização individual ao invés de padronização massificada.

Ainda de acordo com Manovich (2001), as novas mídias são interativas: em contraste com a mídia antiga, onde a ordem da apresentação é fixa, o usuário atual pode interagir com o objeto. Nesse processo o indivíduo pode escolher quais elementos serão mostrados, ou quais caminhos serão seguidos, gerando, assim, uma peça única. Seguindo essa linha de raciocínio, o usuário torna-se coautor de uma peça. No entanto, é preciso tomar cuidado com as generalizações. Manovich (2001) ressalta que, nem todo o objeto de mídia obedece aos princípios estabelecidos por ele em seu livro. Esses objetos não podem ser considerados leis absolutas e sim, tendências gerais de uma cultura passando por mudanças tecnológicas.

Para Castells (1999), o fato de nem todos assistirem aos mesmos conteúdos de maneira simultânea, e de cada cultura e grupo social possuir diferentes relacionamentos com as mídias, “faz uma diferença fundamental vis-à-vis o velho sistema de mídia de massa padronizado” (CASTELLS, 1999, p. 366-67). De acordo com Alex Primo (2007), enquanto na comunicação massificada era o produtor que decidia o que iria ser transmitido à audiência, nesse novo contexto a mensagem é mais fluida, tornando-se também manipulável por parte do receptor.

3. Sites de Redes Sociais

Segundo Castells (1999, p. 566): “Rede é um conjunto de nós interconectados”. A rede é uma estrutura de interconexão instável, que consiste de elementos em constante interação (MUSSO, 2010). Musso (2010) disserta que estes elementos são os nós da rede, interligados por caminhos em um espaço tridimensional. Um nó pode tomar diversas formas, dependendo do tipo de rede que está sendo mencionada (CASTELLS, 1999). De acordo com Lévy, o ciberespaço é “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (LÉVY, 1999, p. 92). Este espaço é mutante, já que o digital é “fluido [...], desprovido de qualquer essência estável” (LÉVY, 1999, p. 27). Além disso, segundo o autor (1996), esse espaço proporciona para grupos de usuários, um compartilhamento de memórias e hipertextos que constituem *coletivos inteligentes*.

Rheingold (1993) disserta que todos os tipos de locais de comunicação na rede se constituem em formas culturais e socializadoras do ciberespaço, formando o que pode ser chamado de comunidades virtuais. Essas comunidades, segundo Lévy (2006), não são diferentes daquelas que são dadas em ambientes não virtuais. Ainda para o autor, todas as comunidades se definem pelo compartilhamento de uma condição comum. Sherry Turkle comenta que as interações de cunho virtual têm tanto empenho por parte dos participantes quanto qualquer outra interação, por isso ela não pode ser descartada do que é dito como “real”. Assim, é importante percebermos que por trás da tecnologia e dos locais de comunicação na rede existem seres humanos, pessoas que compartilham interesses em comum, formando as comunidades virtuais.

Tais comunidades são, muitas vezes definidas como redes sociais – a exemplo do Orkut, Twitter e Facebook. No entanto, há diferenças importantes entre as redes sociais e os sites de redes sociais. Como já foi explicado anteriormente, a configuração de redes sociais

existe desde comunidades primitivas, não sendo exclusiva da internet. Já os sites de redes sociais, são “ferramentas que proporcionam a publicação e a construção de redes sociais” (RECUERO, 2012, p. 16).

Segundo a autora, a principal função deste tipo de site é a manutenção das redes sociais já existentes na vida da pessoa, e não necessariamente a criação de uma nova rede. Recuero (2010) também pondera que eles refletem estruturas sociais construídas e modificadas pelos usuários, o que inclui o aparecimento de redes sociais, definidas pela autora como grupos de pessoas (atores) que, por meio de trocas conversacionais, geram laços e capital social.

Os ambientes comunicacionais propiciam a reunião de pessoas que partilham de interesses semelhantes, sem que exista a necessidade da proximidade geográfica. Maffesoli (1987) apresenta o conceito de “estar junto”, um conjunto de práticas cotidianas que estão além do controle social tradicional, que pode ser chamado de *tribalismo* e *presenteismo*. Segundo o autor, nas tribos pós-modernas “tudo serve para celebrar um estar junto, cujo fundamento é menos a razão universal que a emoção partilhada, o sentimento de pertencença” (MAFFESOLI, 2010, p. 8). É dessa maneira que o corpo social se divide em pequenos corpos tribais, com suas identidades definidas.

Quando o objeto de pesquisa busca entender a relação entre fãs que, por sua vez, são uma forma de tribo, é necessário conceituar este grupo. Henry Jenkins, em seu livro **Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture** (1992), disserta sobre os fãs e suas posições na hierarquia cultural. Segundo o autor, para se falar como um fã, é necessário que se aceite uma identidade constantemente subestimada ou criticada por autoridades institucionais. No entanto, é também preciso se comunicar a partir de uma posição de identidade coletiva, forjar uma aliança com uma comunidade de outras pessoas em defesa de preferências em comum. Jenkins (1992) ainda observa que um dos comentários mais constantes de novos fãs é a surpresa deles em descobrir que muitos outros compartilham da mesma fascinação por algo em particular e perceber que não estão sozinhos.

Outro ponto importante é a capacidade interpretativa que existe entre os fãs. De acordo com Jenkins (1992), os fãs possuem mais do que reminiscências emprestadas da cultura de massas, e sim, sua própria cultura construída pelos materiais que as mídias fornecem. Em seu outro livro, *Cultura da Convergência* (2008), o autor conceitua a “cultura em que fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da

circulação de novos conteúdos” (p. 333) como cultura participativa. Logo, eles não consomem histórias pré-produzidas, mas manufaturam suas próprias histórias e novelas, músicas, vídeos, performances, ilustrações e imagens.

4. Análise de participação

Para Recuero (2012), há alguns sites mais propícios para uma análise da conversação em rede do que outros. Os diálogos no Twitter, Orkut, Facebook, por exemplo, e em ferramentas semelhantes com as mesmas características são mais públicas, permanentes e rastreáveis. A autora destaca que, a partir destas interações, é possível coletarmos informações sobre “sentimentos coletivos, tendências, interesses e intenções de grandes grupos de pessoas” (RECUERO, 2012, p.17). No campo da influência cultural, Recuero (2012) considera que essas conversas são capazes de construir fenômenos, espalhar informações e *memes*, bem como debater e organizar protestos e criticar e acompanhar questões políticas. “É nessa conversação em rede que nossa cultura está sendo interpretada e reconstruída” (RECUERO, 2012, p. 18).

Além disso, para a autora (2012), uma conversação em rede não precisa necessariamente ser legitimada com base na grande quantidade de pessoas envolvidas. A característica mais importante nesse diálogo é a forma com a qual a conversação se espalha entre grupos sociais por meio das conexões de cada indivíduo. Essas conexões são os pontos nodais que unem os atores em grupos sociais: “Grosso modo, um laço social representa uma conexão que é estabelecida entre dois indivíduos e da qual decorrem determinados valores e deveres sociais” (RECUERO, 2012, p. 129).

Assim, para se estudar conversações em sites de redes sociais é necessário entendermos que os sites são apenas ferramentas, e que são os usuários e suas conexões que constituem as redes sociais utilizando os recursos tecnológicos disponíveis em tal site. Definidos os conceitos, seguir-se-á para a análise da problemática proposta: analisar a participação dos fãs do monstro Cthulhu, na página Cute-thulhu, no Facebook.

A página³ Cute-Thulhu tematizada sobre as obras de H.P. Lovecraft, mas principalmente em torno do monstro Cthulhu, encontra-se na rede social Facebook, e foi

³ Diferenciação entre perfis e páginas no Facebook: “As contas pessoas são otimizadas para funcionar com pessoas individualmente, em vez de empresas, marcas e organizações. As páginas do Facebook permitem que artistas, empresas e marcas mostrem seus trabalhos e interajam com os fãs”. (INFORMAÇÕES..., 2013)

inicialmente criada pela autora deste trabalho como uma espécie de *hobby* em outubro de 2012. No entanto, esta tornou-se popular na rede e, atualmente, conta com mais de 6.800 fãs⁴ de todo o mundo, despertando o interesse da autora em desenvolver um estudo sobre a mesma. Assim, ao analisar-se alguns conteúdos postados na página pelos fãs, e as conversações que ocorrem na página, é possível relacionar o comportamento destes usuários perante o monstro supracitado.

Antes de passarmos diretamente para a exposição dos dados, é preciso entender de maneira básica como é o funcionamento do Facebook. Todas as informações a seguir foram retiradas da central de ajuda do próprio Facebook (CENTRAL..., 2013). Para estar na rede, os usuários do site necessitam de um perfil, onde constam algumas informações pessoais e fotos. Há também uma linha do tempo, uma espécie coleção de fotos, histórias e experiências que contam a história do usuário. Com este perfil, é possível adicionar amigos e compartilhar, por meio da linha do tempo, tais conteúdos. As opções de interação são, basicamente: comentar nos conteúdos postados, curtir - uma forma se manifestar positivamente sobre algo - e compartilhar - com os amigos que o usuário possui em sua rede. A página é uma forma com a qual empresas, organizações e celebridades podem se conectar com seus fãs, sendo diferente de um perfil. Uma página pode ser administrada por mais de um usuário. Além disso, possui uma linha do tempo onde apenas os administradores podem postar conteúdo para que os fãs curtam, comentem e compartilhem, um espaço para que os fãs mandem mensagens privadas e um mural, onde os fãs podem inserir conteúdos e praticar as mesmas interações citadas anteriormente.

Em relação à definição de página dada pelo site Facebook, pode-se perceber que não são apenas empresas, organizações e celebridades que estão presentes. Os próprios usuários remodelaram a ferramenta para seus próprios interesses (RECUERO, 2012) e criaram páginas de humor, variedades, protestos, entre muitos outros fins. No caso da página Cuthulhu, ela funciona como um espaço para diversos conteúdos relacionados às obras de Lovecraft e toda a cultura criada em volta destas.

Foram analisadas as postagens dos fãs na página em um período de 12 de junho a 12 de novembro de 2013, totalizando dezenove postagens. O que importa nesta análise não é o engajamento de outros fãs, mas sim os conteúdos que foram enviados pelos membros dessa comunidade. Do total citado acima, dezesseis correspondem ao compartilhamento de produções alheias e três a produções próprias (uma delas é referente a uma produção feita

⁴ Dados coletados em 17/11/2013

pelo marido da pessoa que postou, o que foi considerado pela autora do trabalho como própria). Para o presente artigo, optou-se por analisar as produções próprias referentes ao monstro Cthulhu, o que mantêm o número em três postagens, que seguem:



Imagem 1 – Postagem na linha do tempo

Fonte: FACEBOOK. Disponível em: <<https://www.facebook.com/call.of.cutethulhu>> Acesso em 17 nov. 2013.



Imagem 2 – Postagem na linha do tempo

Fonte: FACEBOOK. Disponível em: <<https://www.facebook.com/call.of.cutethulhu>> Acesso em 17 nov. 2013.

A primeira postagem corresponde à uma produção de um fã do monstro Cthulhu em crochê. Já a segunda, é uma charge envolvendo a criatura. A fã que postou a imagem é esposa do autor da imagem, o que foi considerado neste artigo como produção própria. Na descrição, ela escreve: “Interpretação do meu falecido marido do mesmo cartoon”. Para que esta afirmação seja compreendida, no dia 29 de junho a autora da página publicou uma charge com a temática semelhante, envolvendo o personagem e a brincadeira da “chamada a cobrar de Cthulhu”. Nesta, há o seguinte texto: “Sinto muito, senhor, mas a área que você está tentando alcançar não irá aceitar a cobrança”, e a legenda na parte inferior da imagem tem o mesmo texto da postagem da fã: “collect call of Cthulhu”:



Imagem 4 – Postagem na linha do tempo

Fonte: FACEBOOK. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=523430661055823&set=a.390016037730620.88079.390004517731772&type=1&theater>> Acesso em 17 nov. 2013.



Imagem 3 – Postagem na linha do tempo

Fonte: FACEBOOK. Disponível em: <<https://www.facebook.com/call.of.cutethulhu>> Acesso em 17 nov. 2013.

Já na terceira postagem, o autor é uma página do perfil de um cartunista, e ele utiliza o espaço da página Cute-thulhu para divulgar seu trabalho. Na descrição, o autor diz: “Uma para você, Cthulhu. Seja um seguidor arrepiante”. A imagem também é uma espécie de charge, que envolve dois personagens humanos falando do monstro. O primeiro é o Lil’ Levi, e a segunda é sua mãe. O garoto comenta a semelhança de Cthulhu com seu tio Charlie, e a mãe diz que é seu parente mesmo.

Pode-se perceber que todos os fãs do monstro utilizaram a página como meio de divulgar suas produções. Essa é uma das formas de interação que, conforme Jenkins (2008), constituem a cultura participativa. Nem todos os fãs irão ser protagonistas e criar os conteúdos, haja vista a quantidade de postagens analisadas. De dezenove compartilhamentos, apenas três correspondiam a produções diretas dos fãs. Recuero (2012) disserta que a quantidade de interação não é o mais importante, sendo esta análise válida não pela conversação entre fãs, mas para averiguar a problemática da participação e modificação do monstro Cthulhu a partir do conto inicial escrito por Lovecraft.

As primeiras duas imagens apresentam o monstro com proporções menores, com cabeça grande e aparência menos ameaçadora que a descrição original. Apresentam, em suma, uma forma “fofinha”. A segunda imagem, contudo, tem um viés cômico, fazendo um trocadilho com o título do conto, traduzido para o português: “O Chamado de Cthulhu” para “A Chamada a Cobrar de Cthulhu”. Pode-se perceber que a ideia não foi exclusiva deste fã, outro também explorou a temática, como foi demonstrado acima. Não se sabe qual das duas imagens foi criada primeiro, mas o ponto principal é que a fã decidiu compartilhar, mesmo sabendo que a ideia não era inédita. Isso reforça a necessidade das pessoas que participam de uma comunidade de fazer parte de algo, de estar próximo.

Já a terceira imagem passa por um viés ligeiramente diferente. A charge faz parte de uma série criada por um autor, e insere o monstro como personagem. Não possui exatamente a estética das imagens anteriores, mas insere Cthulhu em um cenário onde ele é inofensivo e não oferece ameaças. Outro ponto relevante a ser observado é que nenhuma das produções aborda outros âmbitos do conto além do monstro, como os personagens, por exemplo. Retomando o que já foi dito por Jenkins (1992) sobre fãs, eles não seguiram à risca o que foi escrito por Lovecraft e apenas criaram em cima. Fizeram mais do que isso: criaram uma cultura própria, rica em novas interpretações.

É importante considerar que as participações dos fãs apenas se tornam possíveis por conta da realidade da cibercultura e do *new media*. Estas mídias programáveis colocam o usuário como protagonista de suas produções, permitindo que se expressem de maneira mais livre e mais customizada do que nunca. Além disso, a característica dos sites de redes sociais de compartilhar conteúdos maximiza a interação e amplifica o poder dos fãs. Deve-se perceber sempre que, apesar de a cibercultura ser marcada por métodos computacionais que mediam as relações humanas, são sempre indivíduos por trás das máquinas. Estas pessoas utilizam seu tempo e sua energia nas redes sociais, com diversos propósitos, mas todos marcados pela existência de um ser humano. Por essa razão que podem existir inúmeras interpretações e produções, muito além do que existia anteriormente, quando concentrado no agente de produção.

O monstro Cthulhu, antes no imaginário literário uma criatura de feições horrendas, torna-se, por vezes, ao ser apropriada pelos fãs na era da cibercultura, um ser inofensivo e diminuto. Em outras, é personagem integrante de novas histórias. E estes são apenas os exemplos coletados para fins de análise no presente artigo. Cthulhu pode assumir tantas formas quanto os membros das comunidades quiserem. Transformado em brinquedos e

produtos, estes insumos não são fruto de um agente de produção: são criações de fãs, em um movimento descentralizado. Estes fãs utilizam diversas ferramentas, para criar, divulgar, compartilhar e disseminar uma percepção e um gosto coletivo, reforçando o sentimento de pertencimento a um grupo. É possível dizer que H.P. Lovecraft criou o monstro, mas os fãs realizaram uma desconstrução, e deram novo significado à sua existência para a realidade da cibercultura.

Referências

BEZARIAS, Caio A. **A Totalidade pelo Horror** – O Mito na Obra de Howard Phillips Lovecraft. São Paulo: Annablume, 2010.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. v.1, 6. Ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CENTRAL de ajuda do Facebook. In: Facebook (2013). Disponível em: <<https://www.facebook.com/help>> Acesso em 12 nov. 2013.

CLARET, Martin. **Palavras do Editor**. In: LOVECRAFT, Howard P. Histórias de Horror: O mito de Cthulhu. Trad. ESTEVES, Lenita R. São Paulo: Martin Claret, 2011.

INFORMAÇÕES básicas sobre páginas. In: Facebook (2013). Disponível em: <<https://www.facebook.com/help/281592001947683/>> Acesso em 17 nov. 2013.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture**. Routledge, 1992.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual**. 1. ed. São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 1999.

_____. **Diálogo com Pierre Lévy: a memória como processo no tempo presente**. In: Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes. CASALEGNO, Federico. Porto Alegre: Sulina, 2006.

LOVECRAFT, Howard P. **Histórias de Horror: O mito de Cthulhu**. Trad. ESTEVES, Lenita R. São Paulo: Martin Claret, 2011.

MAFFESOLI, Michel. **O Tempo das Tribos**. O Declínio do Individualismo nas Sociedades de Massa. Rio de Janeiro: Forense, 1987.

_____. (2010). *A barbárie em face do humano: as tribos pós-modernas*. Revista FAMECOS, v.17, n.1, p.5-10, janeiro/abril, 2010.

MANOVICH, Lev. **The language of the new media**. 1. Ed. Massachusetts: The MIT Press, 2001.

MUSSO, Pierre. **A Filosofia da Rede**. In: Tramas da Rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. PARENTE, André (Org.). Porto Alegre: Sulina, 2010.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador:** comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2011.

RECUERO, Raquel. **Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és:** a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet, In: Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº38, abril 2009. P. 118-128.

_____. **A Conversação em Rede:** Comunicação Mediada pelo Computador e Redes Sociais na Internet. 1.ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RHEINGOLD, Howard. **The Virtual Community.** 1.ed. Boston: Addison-Wesley Publishing Company, 1993.

TURKLE, Sherry. **Diálogo com Sherry Turkle:** a memória na tela. In: Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes. CASALEGNO, Federico. Porto Alegre: Sulina, 2006.