
Um laboratório para a memória das/nas mídias: as lembranças da televisão brasileira entre plataformas e fragmentos.¹

Gustavo Daudt Fischer²
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

RESUMO

O artigo apresenta inicialmente um breve conjunto de proposições de contextualização, tanto do ponto de vista conceitual quanto empírico, a respeito da ambiência tecnocultural das mídias digitais e das condições instáveis da preservação da memória televisiva brasileira. Diante das condições específicas desta relação, que oscila entre construtos por plataformas (como Globoplay) e uma dispersão de imagens da memória da televisão em incontáveis espaços online com características técnicas, estéticas e políticas heterogêneas, encontramos oportunidade para desenvolver nosso atual projeto de pesquisa “Lab.mem: laboratório da memória das/nas mídias online” que aqui é apresentado de forma sintética em suas práticas de escavação arqueológica e busca por futuramente construir protótipos de novas experiências de acesso à memória televisiva brasileira.

PALAVRAS-CHAVE: memória, laboratório, televisão, online, web.

Ao debate que evidentemente já não é novo a respeito da relação da memória televisiva brasileira e sua capacidade de resistir (a ideia de “resistência” por si só já sendo suficientemente controversa nas mídias), quero propor um conjunto de ideias, algumas que me acompanham há mais tempo e outras mais recentes, mas que desembocam no meu atual projeto de pesquisa cuja perspectiva mais laboratorial é, de certa forma, uma forma de pensar a resistência da memória enquanto um certo curto-circuito de tempos e espaços.

Em primeiro lugar, nos interessa pensar em uma formulação que tem acompanhado nossa pesquisa sobre as relações entre mídia e memória, em especial recortadas em um foco mais específico sobre como essa relação se dá nos ambientes online. Essa formulação é a seguinte: memória das/nas mídias. Acreditamos que tão importante quanto entender o que a TV diz (ou não diz) sobre fatos, eventos, situações, ou seja, como ela narra/mostra/monta determinadas “cenas” (essa memória nas), é considerarmos como ela se memorializa, como ela organiza a si mesma como “fato”,

¹ Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS, e-mail: gfischer@unisin.br.

como personagem da nossa história, por assim dizer. Como, portanto, a televisão deseja ser lembrada ou como – atualmente - entidades, canais ou sujeitos “anônimos” memorializam a televisão. Ou ainda, como estão se construindo, rizomaticamente, diferentes modos de arquivo e acesso aos conteúdos televisivos que já se dissiparam no fluxo da sua própria medialidade televisiva “original”.

A esta primeira breve proposição, acrescentamos uma segunda: no cerne da “invenção” da sociedade em rede, infraestruturada na presença ubíqua do software, em que há uma disputa ou dialética, quase uma briga de Abel e Caim entre o que eu chamaria de uma potência de compartilhamento e um dever de fechamento. De um lado, se revisitarmos a geração hippie/pós-hippie – fortemente glamourizada por Hollywood em filmes e séries sobre o Vale do Silício – podemos pensar que desde suas garagens californianas (e depois atualizadas nas perspectivas do software livre) ambicionaram a ideia de um do-it-yourself, de “acesso” a uma possibilidade de sujeitos não-especialistas usarem um computador. Associado a este estado de espírito, outras práticas como a pirataria, a revisitação da ideia de autor com as estratégias de copyleft/creative Commons e tantas outras (de Wikis a crowdfunding) também poderiam compor essa visão da informática como potência da partilha e da colaboração. A essa potência convive outra, quase oposta, com a busca pelo cercamento, segurança da informação que comparece igualmente nas iniciativas antipirataria das fabricantes de softwares, das senhas e criptografias, dos acessos restritos a conteúdos jornalísticos, assinaturas premium, disputa por direitos autorais e, considerando nosso tema, também se refletem na plataformação do conteúdo audiovisual” (a chamada Guerra dos Streamings) e, no Brasil em especial com o “advento” da Globoplay, vinculada ao Grupo Globo, cuja presença na paisagem televisiva nacional é indiscutível.

Se queremos pensar uma memória da e na televisão e, adicionamos, considerar que em nossa tecnocultura estas duas forças (abertura e fechamento) convivem em uma tensão (que talvez beneficie ambas), é necessário avançar para um terceiro ponto, relacionado a três características – que podem ser tomadas como facetas ou camadas – que constituem os ambientes online e, portanto, formatam – na melhor perspectiva McLuhnaniana – nossa percepção da memória televisiva. A primeira característica diz a respeito a noção de uma infraestrutura de banco de dados que torna nossa experiência com as telas uma relação de jogo (nos termos de Flusser) com arquivos,

(des)organizando-os constantemente. Um segundo elemento é considerar a presença de uma força remediadora (Bolter, Grusin, 1999) nos ambientes online, ou ainda se quisermos, uma faceta midiática, expressa nas inúmeras iniciativas online que se apropriam simultaneamente por processos de mimese (“vamos digitalizar o jornal impresso para a web”) ou ambições reformadoras de outros meios (“vamos criar uma plataforma para acesso assíncrono aos programas da Globo”). Na década de 90, a chegada das emissoras de televisão e demais grandes grupos de mídia a web começou a produzir inúmeros exemplos destes movimentos. A terceira faceta que conclui esta parte da minha reflexão é justamente convocar a situação em que nos encontramos agora neste debate, ineridos todos em uma plataforma que solicita nome de usuário, um rosto ou iniciais na tela, possibilidades de conversação por voz/imagem e/ou texto ou então nas já reconhecidamente protagonistas redes sociais que regularmente nos recordam daquilo que nem sabíamos que queríamos lembrar, que nos sugerem “amigos” ou que nos indicam produtos pensados a partir do nosso “perfil.” Este ambiente de relacionamento – termo que emprego não para defender sua estabilidade enquanto processo mas para enfatizar uma construção de presença de usuário nos ambientes online – soma-se às duas facetas anteriores e nos oferece ainda mais subsídios para o entendimento da condição da memória televisiva em nossa tecnocultura.

Este imbricamento de camadas, somadas às outras duas colocações anteriores – memória das/nas mídias e relações de abertura e fechamento – nos leva a convocar rapidamente o conceito de plataforma, expressão que vem ganhando impacto nos estudos da cultura digital e que não pode ser desconsiderado quando observamos a presença/ausência da memória televisiva na rede:

As plataformas são empresas de tecnologia digital que operam em rede por lógicas algorítmicas e monetizam dados coletados por meio da oferta de algum serviço (FIGARO; SILVA, 2020, p.104). No contexto da plataformização da web, as plataformas são consideradas modelo econômico e infraestrutural dominante da web social (HELMOND, 2019). Essas estruturas estão presentes em diversos âmbitos da vida cotidiana, permitindo a realização de atividades online como conversar, compartilhar, comentar e iniciar relacionamentos afetivos (VAN DJICK; POELL; DE WAAL, 2018, p. 9). (LIMA e DA COSTA, 2020, p. 2)

Poderíamos concluir, assim, que as plataformas, do ponto de vista das audiovisuais, podem ser consideradas como possuindo as camadas/características apontadas anteriormente. No entanto, é importante que voltemos ao nosso tema principal: pistas para pensar a memória televisiva em nossa tecnocultura audiovisual softwarizada e online. É necessário colocar nesse momento algumas contribuições advindas das perspectivas preservacionistas, como é o caso do trabalho de Inês Menezes (2015), no seu texto “O digital não vai esperar”, no qual destacamos a afirmação:

Atualmente usuários têm grande expectativa de que o acesso à materiais de arquivo deva ser rápido, online e gratuito. O acesso deve ser promovido em materiais de baixa qualidade em prol da ampla difusão ou a autenticidade deve ser preservada? Promover o acesso sem critérios pode gerar a descontextualização, gerando uma “idade das trevas digital” (Paolo Cherchi Usai, 2008; “digital dark age” no original). A restauração de obras é outra questão a ser debatida em torno da mudança na indiciabilidade do analógico para o digital, em parte pelas infinitas possibilidades da ferramenta digital. (MENEZES, online).

A estas colocações da autora, acrescento as reflexões do trabalho de Ramos (2013) quando busca compreender a telenovela brasileira como patrimônio imaterial:

Vale ressaltar que existem no país dois museus voltados para imagem, som e audiovisual: o Museu da Imagem e Som- Rio de Janeiro (MIS-RJ), outrora existente no centro da cidade e agora em fase de construção em plena orla de Copacabana, e o Museu da Imagem e Som- São Paulo (MIS-SP). Entretanto, em se tratando de acervo e documentação de telenovelas e programas televisivos, o material é bem escasso. Isso foi comprovado, através de visitas a estas Instituições. (RAMOS, 2013, p.439)

Finalmente, considerando este conjunto de pistas arroladas até aqui, entendidas como elementos de contexto tecnocultural: memória das/nas mídias, compartilhamento/fechamento, banco de dados/mídia/ambiente de relacionamento, plataformas e desafios da preservação audiovisual (televisiva), propomos que pensemos em algumas ocorrências relacionadas à televisão brasileira, tomando o Grupo Globo como exemplo a ser mobilizado:

Quando a memória televisiva vira produto na grade de programação: programas como Vídeo Show (cuja duração na grade da Globo e recente extinção são por si só aspectos a ser analisado em outro momento) ou outros que se tornaram “programas sobre programas” (considerar os programas veiculados no Multishow sobre o programa Big

Brother Brasil onde o participante eliminado é entrevistado, onde trechos do programa são reprisados com certos destaques, etc) são exemplos da faceta de auto-remediação que a televisão faz de si mesmo para enunciar sua memória (remota ou recente).

Quando a memória televisiva se torna canal: a programação do Canal Viva – em que produções antigas da TV Globo são reprisadas em novos contextos e até mesmo reeditadas por questões de especificidades contratuais com autores e atores – não apenas incorpora a ideia dos arquivos televisivos como produto que pode ser reembalado, mas também nos traz concretamente a ideia de que o compromisso da televisão não é com a preservação, mas sim em, como dirá Suzana certamente, em seguir sendo TV.

Quando a memória televisiva se atualiza na tendência à plataformização: a Globoplay, ambiente de streaming do Grupo Globo atualmente, além de incorporar o Canal Viva, ainda oferece em sua aba “Novelas”, 130 títulos. Serão todas as novelas já veiculadas na emissora? Certamente não. Por fim, Globoplay faz streaming ao vivo de canais do grupo Globo: novamente a TV precisando desesperadamente ser neste contexto tecnocultural.

Quando a memória televisiva se torna um construto de memória online: o site Memória Globo (<https://memoriaglobo.globo.com/>) é a comprovação de uma intenção clara da Rede Globo em também controlar/cuidar de sua própria memória. Aqui, novamente, percebe-se de que forma a emissora/grupo deseja ser percebida, pois o site além de oferecer sessões como “Perfis”, “Entretenimento”, “Esporte” e “Jornalismo” propõe os links “Erros” e “Acusações Falsas” como espaços nos quais admitiria suas falhas editoriais ou se defenderia de teorias conspiratórias e notícias falsas a seu respeito.

Quando a memória televisiva se insere no contexto de convergência e dispersão das imagens: este tipo de ocorrência me interessa em especial, na medida em que aqui nota-se a potência fragmentadora e rizomática dos arquivos de televisão em ambientes online, por mais que as tendências de fechamento ou a própria plataformização busque modos mais regulares e “de cima para baixo” de propor a memória televisiva, ou que as demandas do preservacionismo desejem uma certa perfectibilidade no arquivamento dos materiais. Imagens em vídeo (ou não) de diferentes condições de captação, edição, duração entre outras aparecem nos fluxos particulares de redes sociais como Facebook,

Instagram, Twitter, YouTube e também em sites particulares ou institucionais na web. Devires de nostalgia, preferências afetivas por este ou aquele programa e diversas outras apropriações tornam a experiência com a memória televisiva um processo que recolocam nossas pistas anteriores em ação outra vez. A televisão brasileira atualiza-se em construtos de memória, entendidos como materialidades usualmente arranjadas em coleções (ir)regulares online de produtos da tecnocultura audiovisual, nas quais se podem escavar determinadas técnicas, estéticas e éticas, autenticando a relações contagiantes entre camadas de diferentes qualidades: superficiais (da ordem dos conteúdos e design) medialidades (da ordem da problematização do meio) e tecnoculturais (da ambiência sociotécnica que forma e é formada nesses processos).

Uma dimensão laboratorial para dialogar com as imagens da memória em ambientes online

O trabalho que o Lab.Mem (<https://www.instagram.com/lab.mem/>) vem desenvolvendo é no intuito de escavar essas materialidades. Até o momento, já podemos perceber algumas tendências desse movimento como: a) a forte presença de vídeos postados com “tempos mortos” da televisão (vinhetas de programas, promos, instruções sobre como sintonizar um canal UHF, intervalos comerciais; b) as condições diversas de captura dos materiais (marcas ruidosas do VHS e outros glitches nas imagens). Estes aspectos enfatizam a não-linearidade da memória das mídias quando nas mídias e reforçam o caráter de curto-circuito espaço-temporal do usuário ao experimentar o televisivo através do online. O arquivo televisivo, no entanto, nos parece que está altamente à vontade como esse imigrante digital que segue sendo fracionado e reelaborado por dentro da mídias sociais, plataformas e outros ambientes.

Essa efemeridade como característica do televisivo é uma condição que precisa ser enfrentada, não para obstaculizar o processo de descarte/obsolescência, pois é também necessário que novas linguagens, formatos e meios possam se desenvolver e circular, mas ao retomar e colecionar aquilo que não possuiria mais sua utilidade “original” temos a oportunidade, justamente através do próprio meio online, produzir novos construtos de memória das mídias. Em pesquisa realizada com apoio do CNPq (2014-2016) , cartografamos e analisamos um conjunto de práticas desta ordem que ora possuíam uma perspectiva mais categoricamente arquivística (como no caso do Internet Archive ,

seguramente a maior iniciativa desta ordem dentro da internet) ora uma proposição mais experimental (como os projetos de preservação do então Geocities, iniciativa que permitia a hospedagem de páginas pessoais dos usuários, em tempos anteriores às atuais redes sociais). Neste levantamento (Fischer, 2015) ficou claro que vivemos ao mesmo tempo um frenesi por arquivamento conforme mencionado por Manovich (2000) quando fala da tendência digitalizadora que chegava com o surgimento das chamadas novas mídias computacionais no início do século em combinação com as incompletudes da memória nos ambientes online, conforme aponta Beigelmann (2014): “nunca se falou tanto de memória como hoje em dia, e nunca foi tão difícil ter acesso ao nosso passado recente.(...) [A] memória converteu-se um aspecto elementar do cotidiano. Tornou-se um dado quantificável, uma medida e até um indicador de status social” (p.2).

Portanto, mais especificamente, uma parte de nossa problemática persiste em pensar como a mídia online preserva a si mesma e a outros meios e formatos de mídia? No entanto, as iniciativas que encontramos neste âmbito na pesquisa anterior acabaram também identificando uma lacuna para a qual este projeto se propõe a partir do caráter incipiente de iniciativas para recuperar e organizar a produção midiática online brasileira (e, em um primeiro momento, aquelas referentes a produções online desenvolvidas no RS).

Esta lacuna, por sua vez, vai ao encontro de uma importante tendência que compõe este projeto e que pode ser pensada no âmbito das necessidades de avanços dentro do escopo de pesquisa das Ciências da Comunicação no Brasil (no sentido de enfrentar desafios que vem sendo colocados tanto pelo sistema de pós-graduação e suas instâncias avaliativas quanto pela própria vocação de um campo de pesquisa que tem nos media um de seus locus de observação mais constante).

De forma mais explícita, começam a surgir tanto nacional e, talvez principalmente internacionalmente, a perspectiva de um trabalho de inspiração laboratorial, cujo intenção é produzir um ambiente de desenvolvimento da pesquisa acadêmica que produza o conhecimento tanto alicerçado em uma boa tradição reflexiva calcada na construção de conceitos e inflexões metodológicas (detalhadas na produção regular de artigos, livros, geração de cursos, seminários, eventos, orientações de graduação e pós), mas que também avance na perspectiva de ensaiar a prototipação e a elaboração de elementos tangíveis.

Produções que estejam calcadas na experimentação, mas que possam também, efetivamente, ainda que de forma não seriada e massiva, ofertar soluções que tenham potencial de circulação em frentes mais amplas, ligadas ao ensino médio e superior, permitindo com que os estudantes tomem contato e discutam as mídias online que lhes chega tão naturalizada no cotidiano. Nesta perspectiva, adotamos a visão Lori Emerson, organizadora do projeto “What is a Media Lab?” no qual coloca que os media labs são diferentes de museus, na medida em que “[u]m laboratório, pelo contrário, comumente carrega consigo conotações de experimentação ativa e prática, consertando, sondando para ver como um determinado objeto (orgânico ou inorgânico) funciona, e talvez até novas criações desses mesmos objetos.” (Marecki e Emerson, 2017).

A ideia de prototipação aqui proposto passa pela perspectiva mais ampla que vincula a ideia da experimentação com formatos, linguagens e estéticas (portanto, atendendo a noção de Media Lab que nos interessa) mas associando este movimento a uma entrega efetiva de, neste caso, de coleções (superando a ideia de mero arquivamento) de materiais midiáticos– audiovisuais e online principalmente - em estado de “degeneração” e/ou “desaparecimento”, conforme explicita Wendy Chun (2011):

Mídias digitais nem sempre estão lá, nos esperando com o conteúdo. Sofremos frustrações diárias com nossas fontes digitais que simplesmente desaparecem. Mídias digitais são degenerativas, esquecíveis, apagáveis. (...) O dispositivo e seu conteúdo são assíncronos, não se esvaem juntos. (CHUN, p. 192-193).

O próximo passo ao nosso ver para as pesquisas no campo das Ciências Sociais Aplicadas é, sem abandonar o que fazem com muito rigor no que tange às produções científicas consagradas, encontrar formas de fazer aderir uma experimentação e prototipação que reforce o caráter crítico-reflexivo dos pesquisadores envolvidos e que possa ampliar a ideia de “impacto”, termo que se coloca cada vez mais urgente para as ciências não-duras nas apreciações sobre projetos e avaliações sobre programas de pós-graduação. Um exemplo regional de trabalho na perspectiva dos MediaLabs e inspiradora para este projeto é o UbiLab - Laboratório de Pesquisa em Mobilidade e Convergência Midiática , iniciativa vinculada programa de pós-graduação em Comunicação da PUCRS.

Assim, de um lado temos a efemeridade do conteúdo digitalmente produzido em termos de capacidade de se auto preservar e (re)colocar-se em circulação (com vistas à perspectivas de gerar aprendizagem, crítica e por que não o devido reconhecimento a

tantas produções realizadas por profissionais de comunicação, design, entre outros) de outro, nos deparamos com a intenção de propor os primeiros passos para erguer um ambiente de estudo e experimentação, laboratorial, que permita que não apenas sigamos realizando uma cartografia de práticas de memória das mídias mas que, com mais foco nas produções regionais e nacionais das mídias online, façamos movimentos de elaboração e experimentação de formatos de circulação destes conteúdos.

Considerando o vasto volume de informações que podem advir da ideia de organizar e propor estes construtos de memória online da produção midiática brasileira, temos a intenção de orientar o LabMem a desenvolver seus objetivos em direção ao que foi desenvolvido no âmbito do Rio Grande do Sul, o que pode ser desdobrado nas seguintes oportunidades para a criação do que estamos chamando de “coleções-protótipos” que podem tanto organizar a produção midiática de diferentes mídias na web como também a própria produção midiática da web, em exemplos como:

1. materiais de publicidade online produzida no RS (campanhas, hotspots, banners e outros formatos dessa ordem);
2. sites e outros artefatos online ligados à chegada da chamada Internet comercial ao Rio Grande do Sul (via-rs, Nutecnet, entre outros);
3. materiais audiovisuais televisivos e sonoros de emissoras gaúchas que se encontram dispersos em diferentes plataformas como YouTube (da extinta TV Guaíba, por exemplo).
4. Sites e outros artefatos online de grupos de mídia com conteúdos voltados para o RS (um exemplo importante aqui é a TVCom e o canal/projeto de convergência de mídias de “vida breve” Octo).

O LabMem ainda possui as seguintes metas/objetivos:

- 1) Identificar possibilidades de desenvolvimento de projetos online de preservação/circulação de materiais midiáticos desenvolvidos no estado do Rio Grande do Sul por entes públicos e privados, em âmbito de broadcast ou ações específicas.

-
- 2) Desenvolver processos de escavação (ver metodologia de trabalho) e, quando necessário, de digitalização de materialidades midiáticas que estejam no escopo do projeto.
 - 3) Investigar formatos – principalmente online – de construtos de memória em ambientes online para fins de desenvolver projetos para os materiais escavados.
 - 4) Levar formatos projetados para a etapa de prototipação, com vistas à construção efetiva de coleções online com a contribuição da equipe.
 - 5) Propor eventos/espços/dinâmicas de exibição e debate com o auxílio de equipamentos específicos (monitores de vídeo, computadores) voltados tanto para atividades dentro da própria universidade como na perspectiva de circulação em escolas da rede pública e privada, entidades de classe da área da comunicação, veículos, fornecedores e outros atores do campo da produção midiática local.
 - 6) Integrar o PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos em um circuito de interação e interlocução com outros Media Labs de inspiração semelhante, especialmente aqueles voltados para as experiências de prototipação e/ou produção de memória das mídias/meios.
 - 7) Atender a um dos temas transversais no planejamento estratégico da Unisinos: “transformação digital e humanidades”.
 - 8) Desenvolver produção bibliográfica pelos membros da equipe para fins de publicação em periódicos, participação em congressos e outros eventos vinculados a área de Comunicação e Informação
 - 9) Desenvolver produto do tipo website relativo ao projeto em si, explicitando suas características, metodologias, “making off” do desenvolvimento dos protótipos e projetos e hospedando os próprios projetos de coleção da memória das/nas mídias online. A este produto outras inserções do projeto em plataformas de redes sociais para fins de compartilhamento de informações também serão feitas.

Entendemos que a dimensão metodológica cumpre papel essencial na formulação do problema de pesquisa a ser endereçado na medida em que convocamos conceitos que

dialogam muitas vezes com determinadas atitudes de pesquisa. Assim, acreditamos que a abordagem metodológica passa muito (mas não apenas) por ideias desenvolvidas por autores que têm se inscrito dentro daquilo que se vem denominando como “arqueologia da mídia”. É fundamental explicitar, porém, que o campo de investigações sob essa designação tem revelado uma variedade significativa de inflexões que são positivas pela ideia de problematizar o método como invenção, trazendo uma fundamental aproximação que nos interessa entre o rigor da reflexão de ordem epistemológica com as dimensões laboratoriais e de desenvolvimento dos projetos e protótipos e construção das coleções.

Segundo Huhtamo e Parikka (2011), os arqueologistas da mídia, baseados em suas descobertas, começaram a construir histórias alternativas das mídias suprimidas, negligenciadas e esquecidas, nas quais os “becos sem saída, os perdedores e as invenções que nunca se tornaram um produto final possuem histórias importantes para contar” (p. 3). Os autores ainda afirmam que a arqueologia da mídia “vasculha arquivos textuais, visuais, sonoros; assim como coleções de artefatos, enfatizando tanto as manifestações discursivas como materiais da cultura” (op. cit). Huhtamo (1997) defende que uma aproximação arqueológica para a mídia teria dois objetivos: o primeiro seria ligado ao estudo dos cíclicos e recorrentes elementos e motivos que subjazem e guiam o desenvolvimento da cultura da mídia. Um segundo ponto seria o que ele denomina como a “escavação” de formas nas quais essas formulações e tradições discursivas foram marcadas em máquinas de mídia específicas, em diferentes contextos históricos. Esse tipo de aproximação, segundo Huhtamo, daria ênfase a um desenvolvimento cíclico e não cronológico e também reforçaria a ideia de recorrência ao invés de “inovação única”.

Ao [fazer essa aproximação], a [arqueologia da mídia] vai contra o modo habitual de pensar sobre tecnocultura em termos de progresso constante, proveniente de um avanço tecnológico para o outro, e fazendo as máquinas anteriores e aplicações obsoletas ao longo do caminho. O objetivo da abordagem arqueológica não é negar a "realidade" do desenvolvimento tecnológico, mas sim para equilibrá-lo, colocando-o dentro de um quadro mais amplo e multifacetado, social e cultural de referência (online).

Nota-se, em resumo, que há convocações pertinentes a serem realizadas através da arqueologia da mídia. De um lado, nos interessa o movimento no contrapelo da história (em termos Benjaminianos) para que possamos projetar estes construtos enunciadores de

memória é preciso reconhecer que os materiais que buscaremos estarão frequentemente à margem em relação aos produtos online que ganham grande visibilidade midiática (ainda que fundamentalmente efêmero também é esse reconhecimento). De outro, nos parece que a arqueologia da mídia, ainda que preocupada em identificar o “velho no novo e o novo no velho”, conforme coloca Parikka (2012) pensa especialmente nos desafios colocados por uma reflexão de caráter tecnocultural. É nesse sentido também que entendemos que a discussão que pensa nos sentidos produzidos pelas interfaces e softwares que é promovida tanto por Lev Manovich (2013) como por Alexander Galloway (2012) e Wendy Chun (2004, 2011) tem fortes ecos na perspectiva da arqueologia da mídia pensada por Huhtamo.

Por fim, para nos movimentarmos da abordagem aos procedimentos, nos interessa substancialmente a noção de “escavação” como articuladora. É o próprio Parikka (2012) que observa que Walter Benjamin, em um verdadeiro espírito mídia-arqueológico, escavou através de camadas de cultura de consumo midiático emergente no seu trabalho teórico e analisou, por exemplo, os objetos, os fósseis – que saíram de moda e uso. Entre os resultados obtidos pela pesquisa realizada anteriormente sobre construtos de memória das/nas mídias, ficou claro que devemos pensar na dimensão da escavação tanto material quanto temporalmente. Ou seja, escavaremos determinadas materialidades (imagens, interfaces, vídeos, textos, sons) nas quais será possível analisar as diferentes temporalidades (memórias, devires) que ali comparecem, permitindo não apenas a atitude de preservação, mas a construção de coleções que façam inferências e problematizem a produção midiática gaúcha tanto das como nas mídias online.

Por fim, considerando nossa angulação pela arqueologia da mídia que se desdobra nos procedimentos de escavação (já testados em trabalhos anteriores do coordenador do projeto e sintetizados no website www.memorianasinterfaces.com), também entendemos ser viável lançar mão da potencialidade do Cultural Analytics.

Fischer e Bittencourt (2017) trabalharam com esta perspectiva que é fundada por Lev Manovich e seu grupo de pesquisa desenvolveram uma proposta própria para estudar, ensinar e apresentar fluxos, dinâmicas de artefatos culturais, a qual eles denominam cultural analytics. Esta consiste em aplicar técnicas de análise estatística e mineração de dados, visualização da informação, visualização científica, análise visual, simulação,

entre outras técnicas mais reconhecidas na Computação e que são comumente usadas nas ciências exatas, nos negócios e pelo governo, aplicá-las para analisar dados culturais contemporâneos.

Considerações finais

Concluimos afirmando que, ao requecionarmos esses fragmentos televisivos na pesquisa do Lab.Mem, o que se coloca diante de nós é um conjunto entrecortado/mosaicado de captações, misturando sentidos de nostalgia com um acidental testemunho de modos do espectador se relacionar com a memória televisiva (produzindo arquivos e mais arquivos) e apresentando outras facetas dos mundos televisivos. Assim, paradoxalmente, a memória televisiva resiste/ressurge na tecnocultura tanto como produto (da grade televisiva, do canal, da plataforma) como em coleções dispersas e multifacetadas produzidas por protagonistas improváveis: em ambas as dimensões, dura o estado de lembrança e esquecimento que a meu ver caracteriza a memória das e nas mídias.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2001.
- BEIGUELMAN, Giselle. **Reinventar a memória é preciso**. In: Magalhaes, Ana Gonçalves e Beiguelman, Gisele (orgs.): *Futuros possíveis: arte, museus e arquivos digitais*. São Paulo: Petrópolis, 2014. Livro eletrônico.
- BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2006. __. *Sobre o conceito de história. Magia e técnica, arte e política*, 1994.
- BITTENCOURT, João Ricardo; FISCHER, Gustavo Daudt. **O uso do Cultural Analytics para pensar as imagens de jogos digitais na perspectiva da tecnocultura audiovisual**. Anais do SBGames 2017, Culture Track. P. 855-861. Disponível em <http://www.sbgames.org/sbgames2017/papers/CulturaFull/175373.pdf> (Acesso Julho/2017).
- BITTENCOURT, João Ricardo; FISCHER, Gustavo Daudt. **O uso do Cultural Analytics para pensar as imagens de jogos digitais na perspectiva da tecnocultura audiovisual**. Anais do SBGames 2017, Culture Track. P. 855-861. Disponível em <http://www.sbgames.org/sbgames2017/papers/CulturaFull/175373.pdf> (Acesso Julho/2017).
- CHUN, Wendy Hui Kyong. **On software, or the persistence of visual knowledge**. In: *grey room*, n. 18, p. 26-51, 2004.

CHUN, Wendy Hui Kyong. **The Enduring Ephemeral, or the Future Is a Memory**. In: Huhtamo, E. & Parikka, J. (orgs). *Media Archeology: Approaches, Applications, and Implications*. Berkeley, California: University of California Press. 2011.

EMERSON, Lori, MARECKI, Piotr. **Media Archeology Lab: Experimentation, Tinkering, Probing - Lori Emerson in conversation with Piotr Marecki**. *Przegląd Kulturoznawczy* 3:445-452. 2017. Disponível em <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=706832> (acesso julho/2019).

FISCHER, G. D. **Do audiovisual confinado às audiovisualidades soterradas em interfaces enunciativas de memória**. In: Kilpp, Suzana. (Org.). *Tecnocultura audiovisual: temas, metodologias e questões de pesquisa*. 1ed. Porto Alegre: Sulina, 2015, v. 1, p. 61-111.

FISCHER, Gustavo Daudt. **Do audiovisual confinado às audiovisualidades soterradas em interfaces enunciativas de memória**. KILPP, Suzana et al. *Tecnocultura audiovisual: temas, metodologias e questões de pesquisa*. Porto Alegre: Sulina, 2015.

GALLOWAY, Alexander R. **The interface effect**. Polity, 2012.

HUHTAMO, E., JUSSI, Parikka. **Media Archeology: Approaches, Applications, and Implications**. Berkeley, California: University of California Press. 2011.

HUHTAMO, E.. **From Kaleidoscomaniac to Cybernerd: Notes Toward an Archaeology of the Media**. Leonardo, vol. 30, 3/1997. Disponível em <http://www.stanford.edu/class/history34q/readings/MediaArchaeology/HuhtamoArchaeologyOfMedia.html> (acesso em junho 2012).

KILPP, Suzana. **Imagem-duração e teleaudiovisualidades na internet**. Appris Editora e Livraria Eireli-ME, 2018.

LIMA, Marília Abreu de, DA COSTA, Rafael Rodrigues. **Influenciadores digitais como trabalhadores de plataformas: o caso@ diegojovinooficial e@ fortalezaordinaria**. 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Disponível em <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2020/resumos/R15-1659-1.pdf>

MANOVICH, Lev. **Software Takes Command**. A&C Black, 2013.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Massachusetts: The MIT Press, 2001.

MENEZES, Inês Aisengart. **O digital não vai esperar**. In: Reflexões sobre preservação audiovisual | 10 anos da CineOP. **Hernani Heffner; Raquel Hallak d'Angelo; Fernanda Hallak d'Angelo. (Orgs). 1ª ed.: Universo. 2015. p. 41-43.**

PARIKKA, Jussi. **What is Media Archeology?** Cambridge: Polity 2012.

RAMOS, Marcos Andre Pinto. **Telenovela Brasileira: um estudo de patrimônio imaterial**. 2013. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, UNIRIO/MAST, Rio de Janeiro, 2013. 453p.

ROSSINI, Miriam de Souza. **Imagens audiovisuais como documento e testemunho: discussões a partir do cinema e da televisão no Brasil**. *Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Rio Grande do Sul*. N. 158 (nosp, dez. 2020), p. 143-162., 2020.