

Apresentação

Num dos poemas de seu livro *Esquecer para lembrar*, Drummond diz, na pele de um menino: “o que a gente procura muito e sempre não é isto nem aquilo. É outra coisa”. E mais adiante: “A coisa que me espera, não poderei mostrar a ninguém. Há de ser invisível para todo mundo, menos para mim, que de tanto procurar fiquei com merecimento de achar e direito de esconder” (DRUMMOND, 1980, p. 43).

Se as coisas são ou não o que imaginamos ser, uma vez experimentadas e registradas pela nossa sensibilidade passam a dar forma à substância informe de nossa existência. Em algum lugar – que se faz e se refaz a toda hora –, aquilo que vivemos e aquilo que não vivemos se encontram.

Esse *continuum* é corporificado, na mitologia grega, em Mnemonise, a deusa da memória. Caberia a ela gravar em seus arquivos todos os eventos que se passavam na esfera celeste e na terrena, as vivências dos deuses e dos homens, os fatos reais e os virtuais.

E à Mnemonise recorremos aqui para partilhar com o leitor o tema deste número especial da revista *Comunicação, Mídia e Consumo*: “Comunicação e memórias do consumo”.

Esta edição, comemorativa dos 60 anos da Escola Superior de Propaganda e Marketing, propõe-se a “recordar” as temáticas, as teorias e os objetos da comunicação e do consumo por meio de um formato excepcionalmente distinto dos números anteriores.

A primeira seção da revista, compondo uma espécie de dossiê, apresenta vinte e seis “cápsulas” para consumo – textos breves que, embora não sejam artigos acadêmicos *stricto sensu*, trazem, em linguagem leve (mas não menos crítica), questões atinentes ao tema.

Feita uma chamada de trabalho aos pesquisadores do campo acadêmico para participarem desta edição, recebemos dezenas de cápsulas e

selecionamos um conjunto delas, publicado aqui, juntamente com outro conjunto, postado no blog do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas do Consumo, que, até então, vinha publicando apenas cápsulas de seus docentes e egressos.

As cápsulas estão enfileiradas nas seguintes categorias: memórias do consumo; consumo de tecnologias; materialidades e rituais do consumo; consumo da mídia; e consumo, linguagem e afetos. Isso porque o tema “Comunicação e memórias do consumo” dá margem ao mosaico de leituras que são apresentadas nesta edição especial: o consumo serve para recordar, para nos transportar a uma reflexão metafísica da existência, para observar atentamente o cotidiano e suas teias de significados. Na sociedade de nosso tempo, a existência é mediada pelo consumo, e a memória é moldada no entorno das materialidades e imaterialidades associadas a esses atos de consumir que implicam o viver. Ou vice-versa.

Marcel Proust, no romance “*Em busca do tempo perdido*”, imortalizou as *petites madeleines*, os bolinhos acompanhados de chá, gravados na memória do narrador de sua monumental obra-prima. Walter Benjamin, em 1928, ao refletir sobre o papel do brinquedo na experiência infantil e no despertar das lembranças, escreveu: “(...) quando um poeta moderno diz que para cada um existe uma imagem em cuja contemplação o mundo inteiro submerge, para quantas pessoas essa imagem não se levanta de uma velha caixa de brinquedos?” (BENJAMIN, 2002, p.102).

Acompanhamos o raciocínio de Benjamin e imaginamos: para quantas pessoas uma época inteira da vida, ou fragmentos de sentimentos, estilhaços de experiência não são revividos, tornando-se presentes, tendo como desencadeadores as práticas de consumo, as imagens da publicidade, os acontecimentos jornalísticos, as ficções que teimam em se entrelaçar à “realidade” de cada um? As *petites madeleines* de ontem podem ser substituídas pelos *Big Macs* de hoje, quando nivelados ao sabor da memória. Quantos adultos, ao ouvirem novamente o lembrete

“Não esqueça a minha Caloi”, na bem-sucedida estratégia publicitária da marca de bicicletas nos anos 1980, não se lembram de si mesmos, em suas expectativas, alegrias ou frustrações na tenra infância? Para estes, a Caloi não foi esquecida. Ela ficou ali, guardada, intacta. Pronta para mais uma volta nas ruas e parques da vida vivida e sonhada, e sempre retomada, novamente contada. Consumos material, imaterial e midiático se alinham para dizer algo a respeito de quem toma a palavra e conta sua história.

Em meados do século XIX, Karl Marx já dizia, na sua *“Introdução à crítica da economia política”*, que a produção somente se realiza no consumo, e a oferta das mercadorias proporcionadas pelos sistemas produtivos é imprescindível para que o consumo aconteça. Dessa forma, produção e consumo são complementares. O sujeito em suas práticas sociais, atravessadas por essas duas esferas, se vê às voltas com aquilo que foi imaginado para ele. E a partir disso, imagina-se. Vê-se projetado na tela, a esperar o beijo da musa do cinema. Identifica-se com a história da personagem da telenovela. Vibra e se apaixona pelo seu cantor preferido. Chora com o drama daqueles que invadem sua casa pelo noticiário da TV. Localiza-se nas edições do mundo promovidas pela publicidade. Percebe nas mercadorias estímulos, objetivos, metas, encontros possíveis. Com o outro e consigo também. Enfim, vive, produzindo a si mesmo, diante desses objetos, imagens e imaginários que habitam seus dias. A memória, recuperada em nossas histórias, eterniza os consumos fugazes, descartáveis. Os dedos se vão, os anéis também. Ficam as narrativas. Eis algumas delas, represadas, nas páginas a seguir.

Por fim, faz parte também deste número de *Comunicação, Mídia e Consumo* uma seção de artigos escritos, a nosso convite, por especialistas que tratam de temas em conexão com a memória e o consumo, em interface, de forma mais geral, com a arte e a comunicação, e, de forma mais específica, com a publicidade e o jornalismo.

E, como a cada instante, Mnemonise se move, remisturando as tramas humanas e discursivas, lembrando-nos que qualquer acesso à memória leva à sua ressignificação ante aos acontecidos futuros, esperamos que esta edição de nossa revista contribua para iluminar as discussões sobre a comunicação e o consumo na contemporaneidade.

João Anzanello Carrascoza e Vander Casaqui
Editores deste número especial

Referências

- ANDRADE, Carlos Drummond de. *Esquecer para lembrar*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1980.
- BENJAMIN, Walter. *Reflexões sobre a criança, o brinquedo e a educação*. São Paulo: Duas Cidades; Ed. 34, 2002.
- MARX, Karl. Introdução à crítica da economia política. In: _____. *Manuscritos econômico-filosóficos e outros textos escolhidos*. São Paulo: Nova Cultural, 1991, p.109-131. (Coleção Os Pensadores).