

# **Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções**



---

**Diretor-Presidente**

José Roberto Whitaker  
Penteado

**Vice-Presidente Acadêmico**

Alexandre Gracioso

**Pró-Reitor de Pesquisa e  
Pós-Graduação Stricto Sensu**

Marcos Amatucci



---

**COLEÇÃO  
COMUNICAÇÃO E CONSUMO**

**Coordenação**

Rose de Melo Rocha  
Tânia Hoff

**Conselho Editorial**

Adilson Citelli – USP  
Cristina Ponte – Universidade  
Nova de Lisboa  
Eneus Trindade – USP  
Everardo Rocha – PUC-Rio  
Germán Muñoz – Universidade Distrital  
Francisco José de Caldas  
Goiamérico Felício dos Santos – UFG  
Guilherme Orosco Gómez – Universidade  
de Guadalajara  
Inês Vitorino Sampaio – UFC  
Josimey Costa da Silva – UFRN  
Ludmila Brandão – UFMT  
Marcio de Vasconcellos Serelle – PUC-MG  
Maria Aparecida Baccega – ESPM  
Maria Eduarda da Mota Rocha – UFPE  
Mirna Feitoza – UFAM  
Nilda Jacks – UFRGS  
Roberta Sassatelli – Universidade de Milão  
Ricardo Ferreira Freitas – UERJ  
Ricardo Zagallo – ESPM  
Rogério Covaleski – UFPE  
Thomas Tufte – Universidade de Roskilde  
Veneza Mayora Ronsini – UFSM

---

Rua Dr. Alvaro Alvim, 123 – 4º andar – bloco C – Vila Mariana – SP – Cep 04018-010

Telefone 55 11 5085-4638

Link espm: [www.espm.br](http://www.espm.br)

Link ppgcom: [www.espm.br/ppgcom](http://www.espm.br/ppgcom)<<http://www.espm.br/ppgcom>>



# Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções

Orgs.  
Rose de Melo Rocha e  
Luiz Peres-Neto

**PPGCOM**  
STRICTO SENSU  
COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO

**ESPM**



*Editora Sulina*

© Autores, 2015

Capa: Humberto Nunes

Projeto gráfico e editoração: Niura Fernanda Souza

Revisão: Simone Ceré

Revisão gráfica: Miriam Gress

Editor: Luis Antônio Paim Gomes

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Bibliotecária Responsável: Denise Mari de Andrade Souza – CRB 10/960

---

M533

Memória, comunicação e consumo: vestígios e prospecções / organizado por Rose de Melo Rocha e Luiz Peres-Neto. – Porto Alegre: Sulina, 2015.  
294 p.

ISBN: 978-85-205-0727-8

1. Comunicação Social – Meio. 2. Sociologia da Comunicação.  
3. Comunicação de Massa. 4. Mídia e Cultura. I. Título.

CDD: 302.2

CDU: 316.77

---

Todos os direitos desta edição são reservados para:  
EDITORA MERIDIONAL LTDA.

Editora Meridional Ltda.

Av. Osvaldo Aranha, 440 cj. 101 – Bom Fim

Cep: 90035-190 – Porto Alegre/RS

Fone: (0xx51) 3311.4082

[www.editorasulina.com.br](http://www.editorasulina.com.br)

e-mail: [sulina@editorasulina.com.br](mailto:sulina@editorasulina.com.br)

Maior/2015

# Sumário

Apresentação .....9

*Rose de Melo Rocha e Luiz Peres-Neto*

## **Parte 1. Nas teias da cultura: memória, consumo, representações da cidadania e justiça social**

Idílios e consumo: cultura é memória ..... 15

*Jerusa Pires Ferreira*

Comunicação, educação e consumo: encontros..... 21

*Maria Aparecida Baccega*

Cidadania e identidades nas representações discursivas  
dos sujeitos consumidores..... 33

*Marcia Perencin Tondato*

Memórias de agência, participação e resistência: um recurso  
oculto nas estratégias de comunicação das organizações  
contemporâneas da sociedade civil e dos movimentos sociais?..... 51

*Thomas Tufte*

## **Parte 2. Cenas culturais e midiáticas: pertencimentos, memórias do consumo e consumos da memória**

Músicas, memórias e outras pertenças: ambivalências do real  
e da ficção em práticas e consumos musicais no século XXI ..... 73

*Maria do Rosário Pestana*

Temos nosso próprio tempo: memória, temporalidade,  
consumo e imaginários juvenis sobre a década de 1980 ..... 93  
*Simone Luci Pereira*

“Quem não cresceu assistindo Dragon Ball”?  
Consumo, memória e juventudes na cena cosplay ..... 111  
*Mônica Rebecca Ferrari Nunes*

### **Parte 3. Cotidiano, afetos e o consumo televisivo**

Crianças, televisão, cotidianidade: reflexões sobre a qualidade  
da programação da TV aberta no Brasil ..... 133  
*Maria Isabel Orofino*

A Escola do Amor: autoajuda e religião na TV brasileira..... 145  
*Gisela G. S. Castro e Tatiana Amendola Sanches*

### **Parte 4. Regimes de visibilidade e performances a partir das inter-relações entre comunicação e consumo**

Biossociabilidades do consumo: regimes de visibilidade  
da diferença no discurso publicitário ..... 165  
*Tânia Márcia Cezar Hoff*

A voz das vadias: alguns olhares sobre as políticas  
de visibilidade da Marcha das Vadias-SP ..... 181  
*Beatriz Beraldo*

### **Parte 5. Discursos, representações e a produção de sentidos sociais pelo consumo**

A relação entre o público e o privado no consumo do automóvel ..... 199  
*Leandro Stevens*

Produção e consumo do não dito: um elemento estético  
da campanha publicitária da TV Folha ..... 217  
*João Anzanello Carrascoza*

Consumo e relacionamento com a marca das redes sociais: uma observação sobre a página da Petrobras no Facebook.....	235
<i>Rafael Cruz e Silva</i>	
Empreendedorismo social: narrativas de vida, presença midiática e projetos de transformação – notas de pesquisa .....	255
<i>Vander Casaqui</i>	
A comunicação da ética e dos valores institucionais: um espaço para a redenção moral na sociedade de consumo .....	273
<i>Luiz Peres-Neto</i>	
<b>Posfácio.</b> Memória, comunicação, consumo: vestígios e prospecções .....	287
<i>Maria Isabel Orofino e Mônica Rebecca Ferrari Nunes</i>	
Sobre os autores .....	291





# Apresentação

*Rose de Melo Rocha e Luiz Peres-Neto*

Em “Elegia da lembrança impossível”, o poeta argentino Jorge Luis Borges nos convida a meditar sobre o desejo de ter vivido aquilo que não presenciamos, de vivificar os sonhos. De ter amado, guerreado, presenciado instantes que existem na memória – real ou plagiária – do presente passado. Porque a memória é a temporalidade dos lugares pretéritos. Tempo e espaço que comprimem e esculpem o devir do real. No desvanecer do tempo, vivemos. E consumimos a vida enquanto o tempo nos consome.

Tempo. Lugar da memória onde também habitam os imaginários do consumo, reconfigurando as promíscuas relações entre o desejo do passado e as sutilezas do presente. Ao tensionar a relação tempo-espaço, acreditamos que o estudo da memória sobre o fenômeno do consumo se revela como um objeto de pesquisa relevante para o campo da comunicação. Pelas linguagens do consumo comunicamos nossos pertencimentos, identidades, sonhos, desejos. Partilhamos experiências. Lembranças do passado. Vestígios no presente. Potências. Nas teias da cultura, as tramas da memória constituem elemento-chave para desvendar as pegadas comunicacionais das práticas de consumo e a ontologia do nosso ser. Conhecer é, de certo modo, lembrar.

Com esta obra queremos convidar os/as leitores/as para um diálogo sobre as interfaces entre comunicação e consumo pelos trânsitos da memória. Uma viagem sem ponto de chegada, ainda que tenhamos um claro ponto de partida: trata-se da terceira obra da coleção Comunicação e Consumo, da Editora Sulina, coordenada por Rose de Melo Rocha e Tânia Hoff.

Dezoito autores brasileiros e estrangeiros perfilam diferentes propostas para pensar, nas pegadas da memória, as relações entre comu-

nicação e consumo, represadas a partir de temas e objetos específicos, ainda que não estanques. Por essa razão, não oferecemos uma rota de leitura. Trata-se de leituras próprias, pequenas janelas que dialogam rizomaticamente entre si. Convidamos, assim, a todos e todas que tenham o tempo e o prazer de se perder pelas páginas que seguem. Sem bússolas. Livres de mapas, fórmulas ou bulas. Cobiçamos que os/as leitores/as possam degustar as diversas propostas que esta obra traz para, a partir da memória, indagar o lugar do consumo nos estudos em comunicação.

A incumbência da organização e a sua subsequente exigência cartesiana nos compeliu a uma divisão. Incomensurável, diria Feyrabend (2003). Cinco partes. Seccionadas pelo arbítrio dos organizadores, ainda que não separadas pela trama que as une. Pelo fio da cultura, da cidadania e da participação, em uma primeira parte, Jerusa Pires Ferreira, Maria Aparecida Baccega, Marcia Perencin Tondato e Thomas Tufte problematizam temas como a importância da memória como cultura, agenciamentos, representações da cidadania e a educação.

Na segunda parte, alinhavamos o debate proposto nesta obra pelas contribuições de Rosário Pestana, Simone Luci Pereira e Mônica Rebecca Ferrari Nunes. A partir dos consumos da memória e as memórias do consumo, presentes nas cenas culturais e midiáticas, as autoras entrelaçam as memórias juvenis com paisagens midiáticas e sonoridades constitutivas de sociabilidades singulares e mutantes. Porque, como bem afirmam Alberto Chillón e Lluís Duch (2012, p. 401), “mais do que um container seguro, a memória é uma faculdade em permanente metamorfose”. Tempos passados que abraçam a construção do presente pelas reconfigurações memorísticas.

Dentro das astúcias que o tempo ensina, o já citado Borges nos lembra que, “se a realidade é precisa, a memória não o é”. Imprecisões com as quais abraçamos o cotidiano e gestamos os afetos que imprimem os sentidos do presente. E tais afetos do presente nos compelem a leituras críticas sobre a televisão e seu consumo cultural, indissociáveis do dia a dia de milhões de brasileiros e objeto de discussão, na terceira parte desta obra, nas contribuições de Isabel Orofino – a partir da exposição das crianças à programação da TV aberta –, e Gisela G. S. Castro e Tatiana Amendola Sanches, que problematizam a televisão a partir do encontro entre autoajuda e religião.

Afetos do cotidiano que nos remetem a pensar as afetações performáticas, usos e regimes de visibilidade do corpo-mídia, instrumento biopolítico de poder, resistências e negócios, que compõem a quarta parte da presente obra, a partir das propostas de Tânia Hoff e Beatriz Beraldo.

Por fim, na quinta e última parte, Leandro Stevens, João Anzanello Carrascoza, Rafael Cruz e Silva, Vander Casaqui e Luiz Peres-Neto entrelaçam questões relativas a discursos e representações sociais que constituem na trama cultural os sentidos sociais do consumo. Sentidos apropriados, criados, disputados, negociados nas pegadas da memória. Afinal, nada está dado. Ante a contingencialidade do tempo nos espaços das memórias do consumo, tudo é possível. Impossível – como nos recorda o poema de Borges – nem mesmo a não memória o é.

## Referências

BORGES, Jorge Luis. *Obras poéticas III*. Madri: Alianza Editorial, 1998.

DUCH, Lluís. CHILLÓN, Albert. *Un ser de mediaciones*. Antropología de la comunicación. Barcelona: Herder, 2012.

FEYRABEND, Paul. *Contra o método*. 2ª Ed. São Paulo: Editora da Unesp, 2003.