



A mercantilização das memórias e das narrativas históricas no âmbito das reflexões do campo da comunicação/educação e consumo¹

Felipe Carvalho Correa de Mello²

PPGCOM-ESPM

Resumo

Este artigo tem como foco de análise os potenciais e os limites que as memórias coletivas e narrativas históricas desempenham na formação de cidadãos e na construção de uma cultura democrática dentro do cenário contemporâneo, caracterizado pela fragmentação temporal e atravessado pelo consumo. Argumentamos que a fragmentação temporal e a mercantilização da memória não são fatos excludentes, mas sim compõem uma unidade dialética estrutural (e estruturante) da complexidade da sociedade contemporânea. Seguindo essa linha, buscamos compreender, a partir das reflexões de Huyssen e de algumas considerações do campo da comunicação/educação e consumo, o caráter ambivalente dos produtos mercantis de memória, e, nesse caminho, apontar quais são as memórias coletivas predispostas a contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

Palavras-chave: memórias coletivas, mercantilização da memória, fragmentação temporal, comunicação/educação e consumo

INTRODUÇÃO

O presente artigo faz parte de algumas reflexões presentes em nossa pesquisa de doutorado, em desenvolvimento, que tem como um de seus objetivos compreender como os professores do ensino médio recebem os discursos do Memorial da Resistência do Estado de São Paulo e como eles reelaboram e recriam esses conteúdos na forma de outro discurso, transposto para sala de aula e recebido pelos alunos. Nessa pesquisa,

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Educação e Consumo, do 5º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015.

² Doutorando em Comunicação e Práticas de Consumo do PPGCOM-ESPM. felipeccmello79@hotmail.com



esperamos iluminar o processo de produção de sentidos sobre a ditadura civil-militar, bem como sobre a cultura de direitos humanos no Brasil contemporâneo, tanto por parte dos professores quanto por parte dos alunos.

O Memorial da Resistência do Estado de São Paulo é uma instituição museológica voltada para a pesquisa e a comunicação das memórias da resistência, do controle e da repressão durante o Brasil Republicano, privilegiando as narrativas e memórias sobre a Era Vargas (1930-1945) e a ditadura civil-militar (1964-1985). Seu objetivo é a construção de um espaço voltado para a reflexão crítica da história recente, para o aprimoramento da democracia e para a valorização de uma cultura em direitos humanos, bases da cidadania. Defendemos que o Memorial da Resistência constitui-se como uma mídia ao fazer uma edição do mundo e, assim, participar dos embates pela hegemonia dos sentidos sociais. Nesse ponto nos apegamos às considerações de Baccega (2009) que nos mostra a importância fundamental do campo da comunicação/educação no processo de disputa pela hegemonia dos significados sociais em direção à construção de uma nova variável histórica, mais justa, inclusiva e igualitária.

A partir de pesquisa bibliográfica e de pesquisas exploratórias junto aos professores, apareceram, em nossa pesquisa, dois temas, a saber, referentes às memórias históricas e seus potenciais educacionais em direção à formação de cidadãos reflexivos. São esses dois temas que pretendemos contemplar neste artigo.

O primeiro tema é referente às mudanças em relação à experiência do tempo e do espaço num contexto de amplas mudanças sociais e culturais encetadas pelos meios digitais e pelas transformações na estrutura econômica do capitalismo a partir do último quarto do século XX. Em relação, particularmente, ao ensino de história da ditadura civil-militar e, de forma geral, ao ensino da disciplina de História, essas transformações implicam uma série de desafios e questionamentos a que o campo escolar deve se ocupar. “Como trabalhar em sala de aula a temporalidade histórica num contexto marcado pela fragmentação e pela efemeridade?” é uma, dentre diversas outras, das questões que emerge nesse cenário.



A relevância de se contemplar esse tema é reforçado pelas reflexões de Baccaga (2009, p. 24-5) que nos ensina que uma das mediações indispensáveis para o conhecimento crítico e reflexivo das dinâmicas sociais é justamente essa nova experiência de tempo e espaço.

O segundo tema se refere à centralidade do consumo na contemporaneidade. Como nos mostra Baccaga (2012, p. 22-5), o consumo, enquanto marca da sociedade contemporânea, atravessa nossas práticas sociais e opera como importante mediação na constituição do sujeito e dos sentidos sociais, sendo seu conhecimento indispensável para que possamos transformar nossa sociedade.

Em relação ao nosso foco de análise, a questão do consumo está inserida no contexto social de mercantilização do passado nas sociedades contemporâneas ocidentais descrito por Huyssen (2014). Conforme nos mostra o autor (HUYSSSEN, 2014, p. 11-2), desde meados da década de 1970 há na sociedade Ocidental um movimento de resgate do passado que perpassa grande parte das esferas midiáticas e mercantis. Esse fenômeno enseja uma série de questionamentos acerca da relação que as sociedades contemporâneas (e o campo da comunicação/educação e consumo) travam em relação ao potencial político e educativo das memórias e narrativas históricas: a cooptação da memória pela indústria cultural envolve necessariamente um esvaziamento da reflexão sobre o passado e de sua relação política com o presente e os projetos de transformação do *status quo*?

Sem buscar responder esse tipo de questionamento, propomos, aqui, fazer alguns apontamentos acerca dos potenciais e dos limites que as memórias coletivas e as narrativas históricas desempenham na formação de cidadãos, dentre de um contexto social marcado pela fragmentação temporal e pela mercantilização das memórias e narrativas históricas. Nosso percurso expositivo envolve, em primeiro lugar, uma breve consideração sobre a efemeridade e a fragmentação temporal, características de nossa sociedade, em segundo lugar envolve algumas considerações sobre o fenômeno, cada vez mais crescente em nossa sociedade, de produção, comercialização e consumo de memórias e narrativas históricas.



Nesse contexto, argumentamos que a fragmentação e a efemeridade temporal e a crescente mercantilização da memória e da história não são fenômenos excludentes, como pode parecer à primeira vista, mas sim compõem uma unidade dialética estrutural (e estruturante) da complexidade da sociedade contemporânea e que deve ser contemplada pelos estudos do campo da comunicação/educação e consumo.

1. EFEMERIDADE E FRAGMENTAÇÃO TEMPORAL

No livro “A condição pós-moderna”, David Harvey (2001) nos mostra que a transição do fordismo para a acumulação flexível é inseparável de mudanças na experiência social do espaço e do tempo. Designada pelo autor como “compressão do tempo- espaço” essa nova experiência tem tido, a partir da década de 1970 até os dias de hoje, “um impacto desorientado e disruptivo sobre as práticas político-econômicas, sobre o equilíbrio do poder de classe, bem como sobre a vida social e cultural” (HARVEY, 2001, p. 257).

Em linhas gerais, a aceleração do tempo de giro da produção econômica, característica do novo modelo, implica dois processos sincrônicos e contraditórios: por um lado, a dispersão e a fragmentação espacial e temporal; por outro, a compressão do espaço – a ruptura de fronteiras e distâncias espaciais – e a compressão do tempo – “tudo se passa agora, sem futuro e sem passado” (CHAUI, 2008, p. 62). Em outros termos: o capitalismo contemporâneo é marcado pela vivência de um espaço indiferenciado (composto por uma multiplicidade de imagens sobrepostas) e um tempo efêmero e volátil, desprovido de profundidade.

Nesse contexto, Paul Virillio (2008, p. 64-7) fala de uma colonização territorial por parte do tempo. Para o autor, na sociedade contemporânea os espaços físicos foram tomados pelo tempo, tornando-se instâncias sociais secundárias. Nossas vidas são regidas por um marcador temporal de velocidade que produz uma experiência vazia de



profundidade – quer dizer, destituída da profundidade característica das dimensões físicas da geometria (2008, p. 32).

Esse acontecimento está relacionado, dentre outros fatores, ao avanço das novas formas tecnológicas de produção e circulação de informação. Essas são responsáveis pela produção abundante e extremamente veloz de bens simbólicos, levando a um excesso de informações e de imagens que acabam por deslocar nossa percepção das figuras dos objetos em direção às suas formas (VIRILLIO, 2008, p. 40). Assim, na sociedade contemporânea a aparência das imagens e dos objetos constitui-se como um dos reguladores centrais de nossa compreensão do mundo.

Tangencialmente ao pensamento de Virillio (2008), Baitello (2005, p. 43) usa a expressão “perda do presente” para caracterizar a incapacidade que o sujeito contemporâneo tem em estar em seu tempo, uma vez que o “tempo presente tem se desdobrado em tantas dimensões e possibilidades que se esgarçou e esvaneceu, oferecendo um sem número de vias de escape e fuga” (2005, p. 43). O fenômeno de inflação das imagens é justamente um dos aspectos desse processo de aceleração do tempo (BAITELLO, 2005, p. 43).

Assim, Baitello (2005) se refere à sociedade contemporânea como a “era da iconofagia”. Segundo o autor (2005, p.14), o desenvolvimento de tecnologias de reprodução de bens simbólicos “abriu as portas para uma escalada das imagens visuais que começaram a competir pelo espaço e pela atenção (vale dizer, pelo tempo de vida) das pessoas”. Devoramos e somos devorados pelas imagens: “consumimos imagens em todas as suas formas: marcas, modas, grifes, tendências, atributos, adjetivos, figuras, ídolos, logomarcas” (2005, p. 54). E dado o excesso de imagens, consumimos delas tão somente suas epidermes, “suas superfícies superficializada” (2005, p.54).

Como uma das consequências desse fenômeno o ato do pensamento é profundamente impactado pelas imagens e pelos aparelhos de produção simbólica, num processo que resulta numa espécie de “fadiga do olhar”, quer dizer, numa certa incapacidade em compreender, reter e analisar as mensagens.



De forma mais radical e em um tom polêmico e apocalíptico Baudrillard (1991) fala de “hipertelia” e anuncia a desrealização de nosso mundo: o excesso de imagens, a obesidade e obscenidade de informação caracterizam uma sociedade que habita um mundo de simulacros. De aparências, de vazio. Nesse contexto, o projeto moderno iluminista não é possível. Não há espaço para a política, para a o conhecimento e para a arte.

Nesse sentido, a mudança das experiências espaço-temporais implica, para Virillio (2008, p. 95-99), uma crise do espaço público e da cidadania que nos impede de pensarmos uma prática política emancipatória e democrática:

Ubiquidade, instantaneidade, o povoamento do tempo suplanta o povoamento do espaço [...] índice cataclísmico de uma *desintegração* próxima da cidade histórica, da urbanização tradicional e, igualmente, da forma-Estado [...] Estado de direito civil cuja degradação é hoje tão manifesta quanto a forma metropolitana e da qual a própria noção de “Direitos do Homem” (sic) indica claramente o nível de crise; crise de identidade nacional, crise consecutiva da cidadania territorial, da localização, desmesura que afeta simultaneamente os locais, os homens, a justiça e o direito *politicamente comparável à crise da noção de dimensão* [...]. (VIRILLIO, 2008, p 95-7)

Segundo o diagnóstico de Virillio (2008) e de Baudrillard (1991) vivemos numa era de desintegração do tecido social, caracterizada pela fragmentação dos indivíduos, pela ruptura das fronteiras espaciais e pela descontinuidade ontológica. Nessa sociedade o sujeito experimenta uma vivência de profunda instabilidade e de desenraizamento. A única temporalidade experimentada é a do presente instantâneo e efêmero. O passado se esvanece diante da aceleração frenética inerente a todas as esferas da vida social; o futuro torna-se incerto, nebuloso.



2. A MERCANTILIZAÇÃO DA MEMÓRIA E DA HISTÓRIA

Em tese o excesso de imagens e a efemeridade temporal produz um fenômeno de amnésia social. Num espaço no qual não há comunicação – compreendida como criação de vínculos³ – e no qual o passado é diluído na instantaneidade do presente, poucas imagens e mensagens chegam a remeter à memória e à história, tudo se esquece. O que se retém é a memória do instante, que pela própria dinâmica social em breve é esquecida (VIRILLIO, 2006).

Por outro lado, o processo de memorialização, como todos os fenômenos sociais contemporâneos, é revestido de uma complexidade nunca antes experimentada. No cenário atual as conexões entre sujeitos e mensagens em circulação existem numa escala abundante. Nunca antes houve tantos dispositivos tecnológicos de registro e comunicação da memória, tampouco nunca houve a quantidade de agentes sociais que as produzem. Fotos, testemunhos, reportagens, vídeos etc. relatam o presente, transbordam o ciberespaço numa imensidão de experiências pessoais e coletivas.

No entanto, a questão é mais profunda. Conforme nos mostra Huysen (2014, p. 11-2) vivemos numa sociedade amplamente marcada por uma “cultura da memória”. Desde meados da década de 1970, há na sociedade Ocidental um movimento de resgate do passado que perpassa grande parte das esferas midiáticas e mercantis. Dentre os exemplos que sustentam sua afirmação, o autor elenca: “a restauração historicizante dos velhos centros urbanos, aldeias, museus e paisagens inteiras por parte de várias empresas de patrimônio nacional; a onda da nova arquitetura de museus que não mostra sinais a retroceder” (p. 12); o *boom* da moda retrô que atravessa diversos campos, como os da música, da mobília e do vestuário; o abundante crescimento de autobiografias, de literatura confessional e de romances históricos pós-modernos, “com sua negociação pouco confortável entre fato e ficção”; a mercantilização e espetacularização do Holocausto em diversos formatos, como filmes, museus, dramas cinematográficos,

³ Sobre comunicação e criação de vínculos ver Baitello (2005).



livros e quadrinho; “o alastrar das práticas de memória nas artes visuais muitas vezes centradas no meio da fotografia”; bem como o aumento dos documentários históricos na televisão, incluindo (nos EUA) um canal inteiramente dedicado à história” (p. 12).

O autor é enfático em sua tese e afirma que “estamos construindo museus como se não houvesse amanhã” (HUYSSSEN, 2014, p.18), chegando ao ponto de a memória tornar-se “uma obsessão cultural de proporções monumentais em todo o globo”. Nesse contexto o autor afirma que a “máquina da memória” foi cooptada pela indústria cultural (p. 20).

No que se refere ao Brasil, e particularmente ao tema da ditadura civil-militar, Carvalho (2014, p. 1) nos mostra que no ano de 2014, por conta da data que marcou os cinquenta anos do golpe, “o tema da ditadura-civil militar alcançou grande evidência em distintos espaços sociais”: seminários e debates foram organizados por diversas organizações da sociedade civil; o mercado editorial lançou e relançou livros, revistas e edições temáticas; “canais de televisão, *sites* e *blogs* na internet publicaram, exibiram ou repercutiram uma extensa produção jornalística sobre variadas aspectos do período ditatorial”.

Entretanto, a autora assinala que a despeito de o ano de 2014 registrar uma inflexão quantitativa na produção midiática e mercantil sobre o período da ditadura civil-militar, esse fenômeno faz parte de um processo social mais longo, sendo possível identificar, nos últimos anos, uma constante produção audiovisual, “seja ela ficcional, baseada em obras biográficas e autobiográficas, de documentários para cinema e televisão”, bem como uma regular produção editorial, através de jornais (impressos e virtuais) e de revistas abordando questões relacionadas à ditadura..

A tese de Huyssen (2014) é reforçada por Beatriz Sarlo que investiga em “Tempo passado: Cultura da memória e guinada subjetiva” (2005) os testemunhos de ex-presos e familiares de vítimas da ditadura militar argentina (1976-1983):

As últimas décadas deram a impressão de que o império do passado se enfraquecia diante do “instante” os lugares-comuns sobre a pós-modernidade, com suas operações de “apagamento”, repicam o luto



ou celebram a dissolução do passado); no entanto, também foram as décadas da museificação, da *heritage*, do passado-espetáculo, das aldeias Ptemkim e dos *theme-park* históricos; daquilo que Ralph Samuel chamou de “mania preservacionista”; do surpreendente renascer do romance histórico, dos best-sellers e filmes que visitam desde Troia até o século XIX, das histórias da vida privada, por vezes indiferenciáveis do costumbrismo, da reciclagem de estilos, tudo isso que Nietzsche chamou, irritado, de história dos antiquários (SARLO, 2005, p. 11).

Harvey (2001) também contempla tal fenômeno fornecendo pistas de como o *marketing* se apropria do passado como estratégia de construção de imagem de marcas e de empresas. Num mercado definido pela competição extremamente acirrada, diz o autor, a construção da identidade de marca é um fator crítico de sucesso. Em meio a tantas imagens as quais os consumidores são expostos, é fundamental que a marca de dada empresa seja imediatamente reconhecida. A vantagem competitiva é conquistada, entre outros fatores, pelo uso eficaz que a empresa faz das imagens, associando, assim, sua identidade a valores tais como “respeitabilidade”, “quantidade”, “prestígio”, “confiabilidade” e “inovação” (HARVEY, 2001. p. 260).

Nesse contexto, as imagens não servem somente para produzir o sentido de novidade – e dessa forma, contribuírem para a aceleração do tempo de giro de consumo –, mas também cumprem a função de estabelecer uma certa permanência que garanta a manutenção da identidade da marca. Conforme mostra a teoria de *branding* (LINDSTROM, 2005), a marca é construída através de enormes gastos de comunicação e *marketing*, num processo lento e progressivo de conquista dos corações e mentes dos consumidores. Sua consequência fundamental, garantir relações duradouras com esses consumidores (fidelização). Dessa forma, num percurso aparentemente paradoxal, o efêmero e o estável, o novo e o tradicional se articulam.

Como nos informou a Escola dos Anais, a história não é constituída por um movimento em linha reta regulado por relações de causa e efeito. Sua dinâmica é marcada pela sobreposição de diversas temporalidades; pela convivência de estruturas de tempos de longa e de curta duração (Braudel). Nesse sentido, Harvey (2001.p. 303-



5) nos mostra que a modernidade fordista e a pós-modernidade flexível não constituem formações sociais e históricas homogêneas. A despeito de serem “dois regimes de acumulação bem diferentes” – e, por isso, encerrarem modos distintos de regulação –, podemos observar, em nossa sociedade, a convivência de elementos característicos de ambos. Assim, o autor nos convida a pensar a “pós-modernidade” articulada à modernidade.

Entretanto, ainda observa Harvey (2001, p. 263), num cenário fortemente marcado pela efemeridade é natural que as pessoas voltem seu interesse para instituições básicas, como a família e a comunidade, e que busquem raízes históricas que possam vir a garantir hábitos e valores duradouros.

Essa afirmação é análoga à hipótese de Huyssen (2014, p.17) de que em nossa sociedade a guinada em direção à memória é, de forma subliminar, “estimulada pelo desejo de nos ancorarmos num mundo caracterizado pela cada vez maior instabilidade do tempo e pela fracturação do espaço vivido”.

Desta forma, Huyssen (2014, p. 15-18) relaciona a “obsessão pela memória” tanto à incertezas sociais sobre o futuro quanto ao medo do esquecimento – processos que tendem a reforçar a sensação de desenraizamento, característica da sociedade contemporânea.

No que diz respeito ao medo do esquecimento, o autor (2014, p.16) relaciona este processo, por um lado, à forte presença em torno dos temas do Holocausto e/ou das ditaduras militares na América Latina, e, o conseqüente medo, de repeti-los. Por outro, à “explosão informativa e do *marketing* da memória” – fenômeno que, conforme mencionamos na seção anterior, tende a levar à incomunicação; nesse caso, à incapacidade de registrar a memória.

Nessa chave interpretativa o autor indaga se estamos vivendo ao mesmo tempo um *boom* de memória e um *boom* de esquecimento. Sem responder à questão, o autor, no entanto, nos dá pistas que indicam a relação desse provável fenômeno com a forte presença do consumo e da comunicação em nossa sociedade:



Freud lembrou que memória e esquecimento estão indissolavelmente ligados [...] No entanto, o que Freud descreveu em termos universais como processo psíquico de lembrar, reprimir e esquecer nos indivíduos, está claramente em evidência nas sociedades de consumo contemporâneas enquanto fenômeno público de proporções sem precedentes que pede para ser lido historicamente [...] (HUYSSSEN, 2014, p. 16).

Pensando a relação entre memória e esquecimento a partir da interface comunicação e consumo, Huyssen (2014) se posiciona contra alguns críticos do capitalismo tardio que enxergam na mercantilização da memória nada mais do que um processo de amnésia e/ou de alienação. Para Huyssen esses autores estão apegados à crítica adorniana à indústria cultural, e por isso são incapazes de compreender o caráter ambivalente dos produtos mercantis de memória.

Huyssen (2014, p. 18) argumenta que mesmo que dado acontecimento histórico “tenha sido infundavelmente mercantilizado isso não significa que toda e qualquer uma das mercantilizações inevitavelmente o banalizem enquanto evento histórico”. A contraposição entre a “memória séria” (o projeto Shoah, uma tese de doutorado sobre o Holocausto etc.) e a “memória trivial” (um produto da indústria cultural como a “Lista de Schindler”) só reproduz a velha dicotomia entre alta cultura e baixa cultura. Na sociedade de consumo, os bens simbólicos se cruzam, entram em embates, dialogam entre si numa complexa trama cultural que nos impede de fazer julgamentos simplistas e redutores (HUYSSSEN, 2014, p. 19).

Sua proposta é, então, pensar a articulação entre ambos os tipos de memórias. Afinal, essas ocupam o mesmo espaço público, estando as questões da cultura da memória localizadas “no limite entre memória traumática e os *media* comerciais” (HUYSSSEN, 2014, p. 18)⁴.

Entretanto, conforme argumenta Huyssen (2014), se por um lado romper com a oposição entre os “bens mercantis de memória” e os produtos da “memória séria” seja analiticamente fértil para darmos conta da complexidade da sociedade contemporânea,

⁴ Em outros momentos do livro o autor se refere usa os termos “memória traumática” e “memória de entretenimento”



atravessada pelas práticas de consumo; por outro não devemos nos furtar a um exercício que vise a separar as memórias coletivas voltadas para a formação de uma cultura de valorização dos direitos humanos das memórias fetichizadas que levam tão somente à uma contemplação passiva do passado.

Sendo assim, o foco da análise de Huyssen (2014) são os usos sociais e políticos que fazemos dessa memória coletiva. Sua preocupação central são as memórias históricas relacionadas a acontecimentos traumáticos e de sistemática violação dos direitos humanos, como o Holocausto, o *apartheid*, o genocídio étnico nos Balcãs, as ditaduras latino-americanas etc.

A despeito da “febre da memória das sociedades ocidentais” (2014, p. 30), devemos nos atentar, alerta o autor, para a construção de uma memória produtiva. Ou seja, para a construção de uma memória com vitalidade política que não esteja restrita à contemplação fetichista e/ou autoindulgente, conforme podemos observar em diversos museus e Memoriais na Europa e nos EUA – como os “museus da história viva”, que realizam encenações sobre batalhas da guerra civil norte-americana (MENESES, 1994) ou o Museu de Auschwitz na Polônia, exemplo emblemático da “disneyficação” dos Museus (HUYSSSEN, 2014).

Como nos informam o campo da história e o campo da comunicação (BACCEGA, 2007a; FEBVRE, 1985; MENESES, 1994; SCHAFF, 1983), as memórias (os discursos) não surgem de forma espontânea e automática, mas são (re) construções do passado realizadas por sujeitos situados no presente. Enquanto escrituradores do discurso museológico, os agentes envolvidos na construção das memórias coletivas acerca do passado em questão selecionam os acontecimentos históricos e as memórias que julgam importantes serem preservadas e expostas, bem como fazem dialogar esses acontecimentos e memórias a questões que compreendem relevantes na contemporaneidade histórica em que eles e seus potenciais interlocutores estão inseridos.

Os discursos históricos e as memórias coletivas devem buscar estabelecer uma conexão entre passado, presente e futuro que tenha como finalidade a construção de



uma sociedade mais justa e igualitária. Desta forma, o passado resgatado não deve estar abstraído da história, mas sim apresentado com o propósito de educar e fomentar a consciência crítica dos sujeitos acerca de sua realidade social e histórica. Conforme revela o lema da Coalisão Internacional de Sítios de Consciência, principal rede mundial de Memoriais, o resgate da memória coletiva tem como propósito levar os sujeitos à ação. Quer dizer, a memória evocada opera como conhecimento coletivo que venha a evitar que tais episódios trágicos não se repitam na história da humanidade.

APONTAMENTOS FINAIS

A despeito das mudanças na concepção e na experiência do espaço-tempo na era da cibercultura, não podemos chegar à conclusão que não existe mais tempo, espaço e lugar. O que ocorre é uma mudança em nossa percepção, sensação e modos de experimentar essas categorias. A paradoxal relação entre instantaneidade do tempo e recuperação/mercantilização do passado é um dos sintomas da complexidade das relações sociais no contexto contemporâneo (HUYSSSEN, 2014, p. 33).

Consideramos que as reflexões de Huyssen (2014) são analiticamente férteis, pois contribuem para que nos posicionemos contra alguns críticos do capitalismo tardio que enxergam na mercantilização da memória nada mais do que um processo de amnésia e/ou de alienação. Buscamos, assim, compreender o caráter ambivalente dos produtos mercantis de memória e nesse caminho apontar, conforme propõe Huyssen (2014), quais são as memórias coletivas predispostas a contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

Essa postura de Huyssen se articula às reflexões de Baccega (2009; 2010; 2012) que defende que o campo da comunicação/educação e consumo, constituído como lugar privilegiado na construção dos sentidos sociais, deve contribuir para a reflexão acerca das concepções e das práticas de consumo que perpassam o conjunto da vida social, e



nesse caminho, deve mostrar que o consumo não se reduz ao consumismo, sendo “[...] indispensável à existência de qualquer sociedade” (BACCEGA, 2010, p. 52).

Em outras palavras: da mesma forma que o campo da comunicação/ educação e consumo tem como uma de suas tarefas principais mostrar que o consumo é uma atividade complexa que não pode ser reduzida à sua faceta negativa (o consumismo), as reflexões de Huysen (2014) nos convidam a pensar os potenciais políticos e educativos (no sentido da formação de cidadãos) das memórias coletivas mercantilizadas, sem que tenhamos que *a priori* descartá-las por se tratarem de produtos inseridos na lógica capitalista.

Dentro do escopo de nossa pesquisa de doutorado, que envolve o diálogo do Memorial da Resistência com o campo escolar, tanto as reflexões do campo da comunicação/educação e consumo quanto as reflexões de Huysen, ensejam uma série de questionamentos que pretendemos contemplar ao longo do trabalho de campo: Qual o lugar da memória coletiva na construção de projetos políticos emancipatórios? Faz sentido pensar projetos museológicos num contexto de pulverização temporal? Como, se, e em que medida os produtos mercantis de memória podem contribuir para a construção de uma sociedade democrática? Qual o papel dos professores e da escola nesse contexto?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACCEGA, Maria Aparecida. Campo da Comunicação. In: BARROS FILHO, Clóvis; CASTRO, Gisela. **Comunicação e práticas de consumo**. São Paulo: Saraiva, 2007.

BACCEGA, Maria Aparecida. “Discurso da comunicação: encontro entre ficção e realidade.” em: *Comunicação e Educação*, Ano XII, n. 3, set/dez, 2007a. pp. 23-34.

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. **Comunicação e educação**. Revista do departamento de Comunicação e Artes da ECA/USP. São Paulo, ano XIV, número 3, set./dez 2009, p. 19-28.



BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/Educação: relações com o consumo. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo vol. 7, n.19 p. 49-65, julho. 2010.

BACCEGA, Maria Aparecida. “O consumo no campo comunicação/educação: importância para a cidadania”. In: ROCHA, Rose de Melo & CASAQUI, Vander (org.). **Estéticas midiáticas e narrativas do consumo**. São Paulo: Sulina, 2012. pp. 248-265.

BAITELLO, Norval. **A era da iconofagia**. Ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker editores, 2005.

BAUDRILLARD, Jean. **La transparencia del mal**. Barcelona: Anagrama, 1991

CARVALHO, Alessandra. Discutindo a ditadura civil-militar em sala de aula: desafios e possibilidades **Material de aprofundamento temático**. Memorial da Resistência do Estado de São Paulo, 2014.

CHAUÍ Chauí, Marilena. Cultura e democracia **.Crítica y emancipación : Revista latinoamericana de Ciencias Sociales**. Año 1, no. 1 (jun. 2008). Buenos Aires: CLACSO, 2008.

FEBVRE, Lucien. **Combates pela história**. Lisboa: Presença, 1985.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 2001.

HUYSSSEN, Andreas. **Políticas de memória no nosso tempo**. Lisboa: Universidade Católica Editora.

LINDSTROM, Martin. **Brandsense: a marca multissensorial**. São Paulo: Bookman, 2005.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e imaginário**. São Paulo: Edusp, 2001.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. Do teatro da memória ao laboratório da História: a exposição museológica e o conhecimento histórico. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**. Vol. 2, n. 1, São Paulo, 1994.

SARLO, Beatriz. **Tempo passado. Cultura da memória e guinada subjetiva**. São Paulo: Cia das Letras, 2005.

SCHAFF, Adam. **História e verdade**. São Paulo, Martins Fontes: 1983.

VIRILLIO, Paul. **O espaço crítico**. São Paulo: Editora 34, 2008.