

Lusíada



Repositório das Universidades Lusíada

Universidades Lusíada

Antunes, João de Brito Pires, 1958-

Sociedade contemporânea de consumo : televisão, internet, McDonald's, Coca-Cola e companhia

<http://hdl.handle.net/11067/4966>

Metadados

Data de Publicação	2002
Tipo	bookPart

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-11-14T20:15:54Z com informação proveniente do Repositório



CAPÍTULO 154

SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA DE CONSUMO*

Televisão, Internet, McDonald's, Coca-Cola e Companhia JOÃO ANTUNES

“A coisa mais bonita em Tóquio é o McDonald's.

A coisa mais bonita em Estocolmo é o McDonald's.

A coisa mais bonita em Florença é o McDonald's.

Pequim e Moscovo ainda não têm nada que seja bonito.”¹

Fança-se a experiência.

Estamos em Lisboa. Desloco-me ao McDonald's – um qualquer restaurante da cadeia alimentar americana a operar em Portugal, e tanto quanto julgo saber, em quase todo o mundo.

Acompanha-me o Pedro, o meu filho mais velho. Junto do balcão encomendo para ele um *Happy Meal* e para mim um menu “Tradicional”. Resta acrescentar que o Pedro vai querer no fim da refeição, um gelado de nata com cobertura de chocolate (composto maioritariamente por drageias de chocolate trituradas) e eu, opto por pedir um *sundae* com cobertura de caramelo e um café.

Pelos dois tabuleiros repletos que tenho de transportar para a mesa, fica a sensação de abundância, provavelmente sinónimo de algum desperdício como mais tarde virei a constatar.

Ambos os tabuleiros vêm cobertos por um individual em papel reciclado, anunciando e promovendo produtos e novidades da cadeia. O do Pedro traz um pacote colorido de papel grosso (porventura também reciclado) alusivo aos brindes em curso – e todas as semanas as ofertas mudam, com a refeição propriamente dita no seu interior. E esta compõe-se de um hamburger com queijo previamente embrulhado numa espécie de papel parafinado, que invariavelmente é acompanhado de duas embalagens de alumínio plastificado, contendo uma *ketchup* e a outra molho para batatas fritas. Ainda dentro do mesmo pacote repousam uma garrafa de água (de plástico), um copo de cartão parafinado ou plastificado, uma embalagem também em cartão contendo batatas fritas e no fundo do referido pacote ainda à lugar para um brinde composto por um qualquer boneco articulado embalado num saco de plástico, um pequeno papel informativo acerca da montagem do respectivo brinde e uma senha em papel reciclado alusiva a uma promoção alimentar. Ciclicamente as ofertas duplicam, e neste caso ainda tem lugar a presença de um iogurte com aroma de morango e um desdobrável com jogos / passatempos oferta de uma marca de produtos lácteos. O iogurte por sua vez vem nas tradicionais embalagens plásticas cilíndricas, selada com folha de alumínio.

No trânsito entre o balcão e a mesa onde se processa a refeição, ainda há tempo para se proceder à recolha de uma meia dúzia de guardanapos de papel e uma palhinha de plástico previamente embalada e selada em papel.

Sobre o meu tabuleiro repousam um hamburger duplo no interior de uma embalagem de esferovite, um pacote cartonado contendo batatas fritas, um copo plastificado com tampa amovível também ela de plástico, uma outra dose dos referidos molhos.

No outro extremo do tabuleiro uma embalagem de plástico transparente hermeticamente fechada, cujo interior é composto por uma salada e, quando uma vez aberta, a tampa servirá de base. Acompanham-na um par de talheres também eles de plástico. E um invariável e enorme copo de Coca-Cola servida em recipiente próprio e alusivo, de plástico com tampa também ela de

plástico amovível onde se introduz uma palhinha plástica segura e higienicamente encerrada numa embalagem de papel.

As sobremesas vêm respectivamente servidas, o gelado num copo grande com uma tampa descartável e uma colher de plástico transparente. O *sundae* de caramelo num copo de plástico de menores dimensões e uma colher branca também ela de plástico.

No bolso da minha camisa repousa ainda o *ticket* que mais tarde me proporcionará um café expresso também ele servido num pequeno copo / chávena de esferovite em conjunto com uma embalagem individual de açúcar e uma minúscula colher plástica.

Uma vez terminada a refeição apenas se terá de depositar tudo o que restou num recipiente próprio, entre os muitos estrategicamente localizados no espaço, e uma vez “limpo” depositar o tabuleiro sobre o mesmo depósito.

Esta poderá ser a descrição de uma refeição mundana em qualquer restaurante McDonald's por esse mundo fora. Em qualquer lugar e qualquer hora ou até numa qualquer cadeia da concorrência, seja ela de carne, peixe, frango ou *sandwiches*, o “ritual” será sem dúvida semelhante.

Estamos em Lisboa, como estamos em Setúbal, em Castelo Branco, em Paris, Hamburgo, Tóquio ou igualmente em qualquer outro lugar...

“O que este país tem de bom, é que a América estabeleceu uma tradição, segundo a qual os consumidores mais afortunados compram essencialmente as mesmas coisas que os pobres. Quando se está a ver televisão, bebe-se Coca - Cola; sabe-se que o Presidente bebe Coke, Liz Taylor bebe Coke e, então, a pessoa pensa para consigo própria que também pode beber Coke.”²

* Excerto retirado da dissertação de Mestrado. ***Estranhos lugares para o corpo: acerca do futuro das cidades***

NOTAS:

¹ Honneth, Klaus, 1992 *Andy Warhol 1928-1987 "A Comercialização da Arte"*, pág. 73. Ed. Benedikt Tashen Verlag

² Honneth, Klaus, 1992 *Andy Warhol 1928-1987 "A Comercialização da Arte"*, pág. 26. Ed. Benedikt Tashen Verlag