

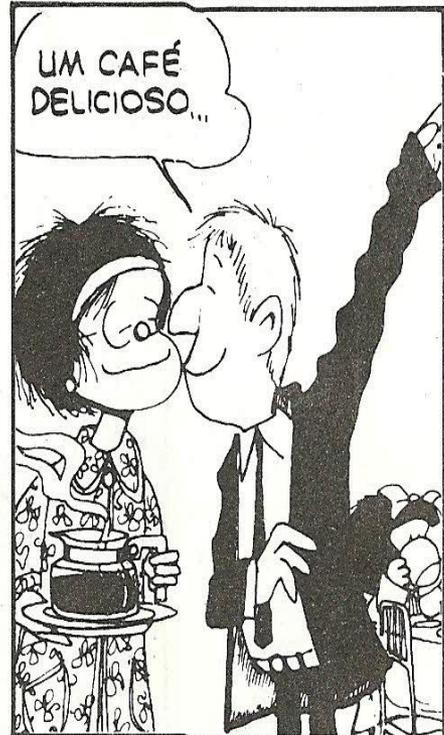


OH, PODEROSO DA MÍDIA DE MASSA, OBRIGADO POR ELEVAR A EMOÇÃO, REDUZIR O PENSAMENTO, E ANIQUILAR A IMAGINAÇÃO!

OBRIGADO PELA ARTIFICIALIDADE DAS SOLUÇÕES RÁPIDAS E PELA MANIPULAÇÃO TRAIÇOIRA DOS DESEJOS HUMANOS PARA FINS COMERCIAIS.

ESTA TIGELA DE TAPIOCA MORNA REPRESENTA MEU CÉREBRO. EU OFEREÇO EM HUMILDE SACRÍFÍCIO. MANTENHA SUA LUZ OSCILANTE PARA SEMPRE.







QUERIA QUE MINHA CAMISA TIVESSE UM LOGOTIPO OU UM PRODUTO.



LIMA BOA CAMISETA TRANFORMA QUEM A USA NUM CARTAZ AMBULANTE!



ISSO DIZ AO MUNDO, "MINHA IDENTIDADE ESTÁ TÃO ENVOLVIDA PELO QUE EU COMPRO QUE EU PAGUEI A COMPANHIA PARA ANUNCIAR SEUS PRODUTOS!"



VOCÊ ADMITIRIA ISSO?

CLARO QUE SIM. ENDOSSAR PRODUTOS É O JEITO AMERICANO DE EXPRESSAR INDIVIDUALIDADE.



"USE", "COMPRE", "BEBA", "COMA", "PROVE" EEEE! O QUE ELÊS PENSAM QUE NÓS SOMOS?



E O QUE NÓS SOMOS?



OS MALDITOS SABEM QUE NÓS AINDA NÃO SABEMOS

(Unesp 2014) *“Não somente os tipos das canções de sucesso, os astros, as novelas ressurgem ciclicamente como invariantes fixos, mas o conteúdo específico do espetáculo só varia na aparência. O fracasso temporário do herói, que ele sabe suportar como bom esportista que é; a boa palmada que a namorada recebe da mão forte do astro, são, como todos os detalhes, clichês prontos para serem empregados arbitrariamente aqui e ali e completamente definidos pela finalidade que lhes cabe no esquema. [...]*

*[...] Desde o começo do filme já se sabe como ele termina, quem é recompensado, e, ao escutar a música ligeira, o ouvido treinado é perfeitamente capaz, desde os primeiros compassos, de adivinhar o desenvolvimento do tema e sente-se feliz quando ele tem lugar como previsto. O número médio de palavras é algo em que não se pode mexer. Sua produção é administrada por especialistas, e sua pequena diversidade permite reparti-las facilmente no escritório”*

(Theodor W. Adorno e Max Horkheimer. “A indústria cultural como mistificação das massas”. In: *Dialética do esclarecimento*, 1947. Adaptado.)

O tema abordado pelo texto refere-se

- a) ao conteúdo intelectualmente complexo das produções culturais de massa.
- b) à hegemonia da cultura americana nos meios de comunicação de massa.
- c) ao monopólio da informação e da cultura por ministérios estatais.
- d) ao aspecto positivo da democratização da cultura na sociedade de consumo.
- e) aos procedimentos de transformação da cultura em meio de entretenimento.