

Questão 57

QUESTÃO 57

Se antes a informação era um produto comercializado pelas grandes instituições e emissoras, agora é também feita pelos indivíduos. Cada usuário das redes sociais se configura como um grande emissor; cada indivíduo se torna uma mídia poderosa. No entanto, repete-se a fórmula na qual a relevância das informações está vinculada não ao seu potencial emancipatório, mas à audiência que é capaz de gerar (entendida como o número de compartilhamentos, seguidores, tempo de permanência). Enquanto não se desenvolver uma cultura crítica do uso dos meios em benefício da libertação humana, os meios digitais se parecerão, cada vez mais, com os meios de comunicação de massa. A massificação se torna remassificação.

(Patricio Dugnani. "Meios de Comunicação de Massa e Meios Digitais: remassificação e internetilização". In: *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 2024. Adaptado.)

O excerto revela que a comunicação contemporânea mantém traços centrais dos conceitos de indústria cultural, teorizados pela Escola de Frankfurt, que podem ser identificados a partir da

- (A) reprodução da alienação em favor de interesses hegemônicos.
- (B) neutralização da função ideológica dos dispositivos midiáticos.
- (C) consolidação de uma esfera pública digital voltada à emancipação do indivíduo.
- (D) valorização da linguagem digital como forma de autonomia simbólica.
- (E) reconfiguração estética das mídias voltada à legitimação democrática.

RESOLUÇÃO

ALTERNATIVA: A

O texto reflete sobre o papel das redes sociais e das mídias digitais na sociedade contemporânea. Ao invés de se apresentarem como instrumentos de emancipação e de expressão individual, elas reproduzem lógicas da comunicação de massa tradicional, voltadas à audiência, visibilidade e consumo. Essa crítica foi originalmente formulada pelos atores da Escola de Frankfurt que desenvolveram o conceito de indústria cultural, um sistema no qual a cultura se torna mercadoria e serve para manter a alienação das massas, reforçando interesses hegemônicos (econômicos, políticos e ideológicos).