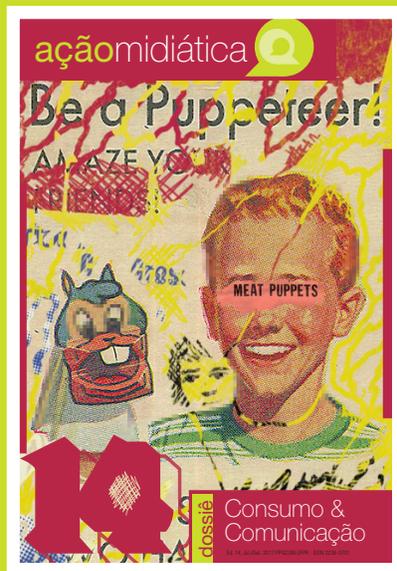


n o s s a  
c a p a

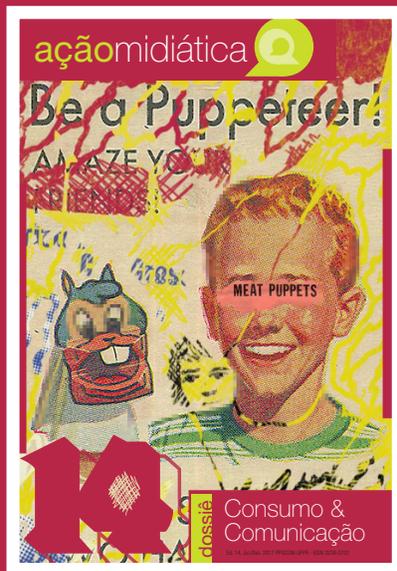


---

## DO ATO CRIATIVO À CONTESTAÇÃO DA CULTURA DO CONSUMO

---

A concepção da colagem destinada à capa da revista Ação Midiática se deu com o intuito de questionar a forma como as pessoas por vezes são manipuladas por determinados discursos que circulam em diferentes mídias (TV, Cinema, Publicidade, Internet etc.). Discursos pelos quais são atravessados pela intencionalidade de se produzir, cada vez mais, seres não pensantes, seres pouco críticos para com os modos de consumo, a cultura material e as relações sociais. A meu ver, mesmo a Mídia em si não representa grande perigo ao bem-estar social, entretanto, em vista de sua não neutralidade e do poder que exerce sobre grande parcela da população, os programas televisivos, os filmes, os vídeos, os *posts online*, as propagandas e outros, dialogam com o modo como as pessoas recebem determinada mensagem e tomam ela como uma verdade absoluta ou mesmo como uma lição que não precisa ser questionada. A Mídia é utilizada por pessoas e diz respeito a relações de poder. Muitas vezes ela versa sobre determinadas visões e condutas que tornam-se mais valoradas em detrimento de outras. Assim como uma criança muito jovem e ingênua, a Mídia pode brincar com as pessoas, como em um teatro de fantoches. Uma situação aparentemente inocente, divertida, a qual dispensa grandes explicações. A arte para a capa da revista Ação Midiática traz a alegoria da Mídia brincando com seus *Meat Puppets*, seus fantoches de carne, como uma crítica aos hábitos de consumo midiático inconsequentes. Além de apenas consumir, podemos refletir e exercitar o pensamento crítico a cerca daquilo que a Mídia nos apresenta. Por **Marco Takashi Matsuda** | Curso de Design da UTFPR.



---

## FROM THE CREATIVE ACT TO THE CONTEST OF THE CONSUMERIST CULTURE

---

The collage design for the cover of the *Ação Midiática* journal was aimed at questioning how people are sometimes manipulated by certain discourses circulating in different media (TV, Cinema, Advertising, Internet, etc.). Discourses crossed by the intentional production of, each and every time more, non-critical beings; people that are not critical to the modes of consumption, material culture and social relations. From my point of view, Media itself does not pose a great danger to the social welfare. However, given its non-neutrality and the power it exerts over a large portion of the population, the television programmes, films, videos, online posts, advertisements and others, dialogue with the way people receive a certain message and take it as an absolute truth or even as a lesson that does not need to be questioned. Media is used by people and refers to relations of power. It often deals with certain views and behaviours that become more valued at the expense of others. Such as a young and naive child, Media plays with people, just like in a puppet theatre. An apparently naive and fun situation that is self-explanatory. The art for the cover of the *Ação Midiática* journal brings the allegory of Media playing with its Meat Puppets, as a criticism of the inconsequential habits of media consumption. Beyond just consuming, we can reflect and exercise critical thinking regarding what the Media presents to us. By **Marco Takashi Matsuda** | UTFPR Design Course.