



# Materializando Conhecimentos

Revista Eletrônica

---

## SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: MÍDIA E PÓS-VERDADE

Lara Moeller Nunes  
Luísa Rocha Vogt  
Luiza Antunes Ramos  
Marcela Reckziegel de Lima

“No mundo realmente invertido, o verdadeiro é um momento do falso”. (GUY DEBORD)

**RESUMO:** Com o surgimento e o fortalecimento dos novos meios de comunicação virtual, a questão da exposição de ideias e de pensamentos aumenta consideravelmente, tornando-se contínua e fluida. A sociedade do espetáculo surge como a versão mais acabada do capitalismo, em que a veracidade dos fatos perde a importância e o que ganha mais poder é o uso da apelação e do sensacionalismo a fim de atingir os indivíduos por interesses específicos. Ideia mencionada por Guy Debord como inversão do real vivido. Ela manipula e influencia as pessoas, alimentando constantemente a indústria do consumo e interferindo em questões políticas e econômicas ao redor do mundo. A versão mais recente desta espetacularização da sociedade pode ser vista também na chamada pós-verdade, termo que define a substituição da realidade por crenças e emoções pessoais. A popularização das redes sociais, principais disseminadores de inverdades, facilitou este fato. O artigo tem como objetivo a análise crítica desses modelos de sociedade e dos fatores que as sustentam. Nossa metodologia foi baseada na interpretação de fontes documentais relacionadas ao nosso assunto abordado, incluindo notícias, literaturas especializadas e produções midiáticas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Sociedade, sensacionalismo, mídia, verdade.

**ABSTRACT:** Due to the appearance and fortification of the new medias, the thoughts and ideas exposure also increases, becoming continual. The society of the spectacle started in a context of criticism against the capitalism, where the veracity of the facts loses importance and what gains power is the abuse of the appeal and sensationalism to reach individuals because of a specific interest. The idea was created by Guy Debord as the inversion of what was real. This type of society manipulates and influences people, constantly feeding the consumer industry and interfering in the politics and economy world wise. The most recent version of the society spectacularization is the post-truth, which defines the personal beliefs and emotions in exchange of the reality. The popularization of the social medias, the way the untruth spreads the most, made it easier. The article's main point is to analyze and criticize this model of society and the factors that support it. Our methodology was based in the interpretation of documented sources related to the topic, including news, specialized literature and media productions.

**KEYWORDS:** Society, sensationalism, media, truth.

### 1 INTRODUÇÃO

O conceito de sociedade do espetáculo surgiu num contexto de revoltas no final da década de 60 e seu desdobramento teórico e factual foi escrito pelo intelectual Guy Debord, em seu livro chamado “A Sociedade do Espetáculo”. A obra antecipa o aparecimento de uma sociedade que tem como principais características a inversão da realidade e a afirmação de uma espécie de verdade alternativa aos fatos vivenciados no dia a dia, cuja tarefa de distorção seria realizada através do trabalho da indústria cultural, juntamente com outros grandes setores de poder. Debord dizia que a



# Materializando Conhecimentos

Revista Eletrônica

característica marcante dessa construção social era a manipulação e distorção de nossos sentidos sobre aquilo que realmente vivemos. São características reforçadas com tanta intensidade que as relações sociais passam a ser intermediadas pelas imagens em um verdadeiro processo de espetacularização da vida. Um dos principais agentes responsáveis por transformar a vida no geral em um verdadeiro show são os meios de comunicação, que seguindo os princípios difundidos no capitalismo, transformam tudo em mera mercadoria.

O surgimento desse tipo de sociedade faz com que a veracidade dos fatos perca sua real importância, dando mais espaço para a mídia usar e abusar das apelações emocionais e do sensacionalismo, a fim de induzir os indivíduos a acreditarem em suas ideias mesmo que irreais ou distorcidas. Torna-se muito mais fácil e prático aceitar as informações prontas e moldadas divulgadas pela mídia do que criar uma opinião própria a respeito do fato, ainda mais quando aquilo que a mídia oferece se encaixa com os seus ideais pré-estabelecidos. É isso que a definição de pós-verdade traz, diz respeito de certa forma a algo chamado de "pós-jornalismo", o qual não é mais aquele que reflete e busca sempre interpretações a respeito da complexidade do mundo, mas sim, o que constrói uma realidade conforme aquilo que acredita e que sentencia de maneira decisiva sem deixar opções para questionamento.

A motivação para a escolha dessa temática se deve à sua atualidade, relevância e abrangência, já que vivemos em uma sociedade controlada pela indústria cultural, que para muitos é considerada como sendo o quarto poder. O objetivo é realizar uma análise histórica e crítica a respeito da sociedade do espetáculo, trazendo exemplificações de como e em quais situações ela se faz presente no contexto global atual.

## **2 SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: UMA DEFINIÇÃO**

Durante o período do romantismo europeu, foi estabelecida a noção de autenticidade como percepção fundamental para o julgamento ético do comportamento do indivíduo e análise dos interesses culturais. A exigência da autenticidade cultural dos grandes intelectuais europeus no final do século XVIII e início do século XIX espalhava a inquietação romântica da modernidade tida como banal e competitiva, contaminada de artificialismo na linguagem, no comportamento e na arte.



# Materializando Conhecimentos

Revista Eletrônica

A nostalgia da autenticidade ressurgiu, ganhando destaque nos textos acadêmicos ou jornalísticos que buscavam apresentar e censurar a “sociedade da imagem”, em que há a separação do ser e parecer, ou seja, uma sociedade rodeada de ilusões e pseudo-eventos que apagam o natural, o autêntico e o espontâneo da vida. Devido ao crescimento constante e superior do mundo da fantasia em relação ao real, a ameaça da irrealdade era superior à ameaça da luta de classes, da ideologia, da pobreza, da doença, do analfabetismo, da demagogia ou da tirania, de modo que a encenação se tornou a realidade, conforme imagem disponível nos anexos.

O conceito de sociedade do espetáculo propriamente dito e sua construção como pensamento concreto do cineasta francês Guy Debord, surgiu no final da década de 60, período em que ele, juntamente com outros militantes políticos e sociais do grupo “Internacional Situacionista”, promoviam movimentos sociais que defendiam uma luta contra a alienação cotidiana a qual eram submetidos. Eles acreditavam que os estudantes e os trabalhadores deveriam tomar novamente controle sobre suas vidas, tomando o poder nas instituições das quais faziam parte.

Em suma, o conceito de sociedade do espetáculo se mostra extremamente crítico contra a postura capitalista, em específico a fase que diz respeito à reciprocidade entre o processo de acúmulo do capital com o de acúmulo de imagem, sendo assim, a relação do espetáculo com a produção e o consumo em grande escala. Portanto, essa simbiose está presente quase em totalidade no mundo capitalista, e serve como meio para esse tipo de organização se expandir cada vez mais, influenciando em grande escala o comportamento das pessoas.

O espetáculo seria a independência das imagens, de agora em diante analisadas passivamente por indivíduos que não possuem mais seu próprio senso crítico. Dessa forma, “O espetáculo é a fase extrema do processo de alienação, impondo uma redução da vida humana e social à simples aparência mediada pelas novas mídias” (TUBINO, 2015). Um exemplo concreto e claro desse processo de alienação popular por conta da produção excessiva de espetáculos é o programa da emissora Rede Globo, o Big Brother Brasil, conhecido popularmente como BBB. Exibições como essa, nutridas de conteúdo extremamente superficial e supérfluo, são usadas muitas vezes para entreter a população e desviar seus olhares dos reais problemas que sondam o país. Práticas como essa já se faziam presentes desde a época da ditadura militar no Brasil, em que o conteúdo de entretenimento e distração eram filmes de enredo fútil e o futebol.



# Materializando Conhecimentos

Revista Eletrônica

Em relação a essa definição, temos o conceito de indústria cultural, que destaca a tamanha dimensão econômica que esse meio midiático consegue atingir. Tal conceito foi acentuado pelos filósofos alemães Adorno e Horkheimer, que criticavam arduamente a morte da razão crítica promovida exatamente pela padronização estabelecida pela indústria cultural. Em sua obra "Dialética do Esclarecimento", dizem que os conjuntos de empresas que atuam na área da comunicação são essenciais para a existência e persistência da sociedade capitalista.

No ano de 1988, Debord publica comentários sobre a Sociedade do Espetáculo. Segundo ele, ao contrário do esperado após as ondas de movimentos sociais, a sociedade do espetáculo se fortaleceu ainda mais, se propagando agora de forma unificada. Tudo isso acontecia paralelamente ao ápice da difusão do neoliberalismo, que reforçava a liberdade de atuação de grandes empresas (que conseqüentemente limitava a liberdade da classe trabalhadora), assim como avigorava valores e o modo de vida capitalista, culpando as crises existentes aos gastos do Estado com políticas sociais.

Debord distingue o espetáculo em dois diferentes tipos: o concentrado e o difuso. O tipo concentrado é visto, principalmente, dentro de regimes burocráticos e ditatoriais. Como exemplo disso, temos os regimes comunistas, nazistas e ditadura militar no Brasil, em que o Estado tirava da atenção popular (de inúmeras maneiras), os reais problemas e a realidade em que viviam de fato. O outro tipo de espetáculo que Guy menciona é o difuso, que estaria inserido em regimes mais democráticos, em que a população conseguiria ter uma falsa sensação de livre escolha e liberdade.

### **3 MÍDIA E SENSACIONALISMO**

A sociedade do espetáculo está diretamente relacionada com a sociedade do consumo. Elas são provenientes de um meio em que as pessoas são facilmente manipuladas e influenciadas pelas mídias digitais, tais como televisão, rádio, redes sociais e muito mais. A relação do homem com a mídia já ultrapassou a simples questão da comunicação presente dentro de uma comunidade. O que antes costumava ser saudável e meramente importante, hoje é uma relação de dependência estabelecida entre as pessoas e as redes digitais. Os indivíduos parecem se alimentar exaustivamente de tudo aquilo que é produzido pelas diferentes mídias, sem um senso crítico capaz de



# Materializando Conhecimentos

Revista Eletrônica

diferenciar aquilo que é de fato relevante ou não. O Facebook, rede social mais popularizada no Brasil, é utilizado por 1 bilhão de pessoas diariamente, segundo o site de notícias G1. Tal fato facilita a divulgação e viralização de informações das mais diversas fontes e conteúdos. A psicóloga Dora Góes afirma que o vício em rede social age como a dependência química, podendo ocorrer inclusive crises de abstinência, como ataque de raiva e ansiedade.

Em relação ao sensacionalismo, é possível perceber sua presença desde a época da Roma Antiga, quando toques dessa prática eram observados no primeiro jornal, conhecido como *Acta Diurna*. Essa conduta consiste na mercantilização de informações e na extrema exaltação de assuntos e eventos insignificantes que não influenciam no contexto social. O objetivo principal é conseguir captar a atenção popular e através dela manter ou aumentar o número de telespectadores e/ou leitores. Por esse motivo, o sensacionalismo é comumente vinculado a estas redes por possuírem uma capacidade de senso crítico pouco estimulada, e que conseqüentemente detém menos informações e conhecimento acerca de questões políticas e econômicas que tangem o país.

O sensacionalismo promovido e difundido por essas mídias é algo tão presente e comum nos dias atuais que muitas vezes passa despercebido. Ele é implementado em diferentes tipos de mídias sociais, dependendo do público que pretende atingir e da notícia que deseja propagar. Um exemplo clássico foi o caso de Isabella Nardoni, que chamou atenção da comunidade por sua brutalidade: uma menina de 5 anos assassinada pelo pai e pela madrasta. Mas não satisfeitos, os meios midiáticos fizeram questão de tornar o caso sua notícia de destaque, fazendo uso de elementos emotivos e dramáticos que mexessem com os sentimentos do público alvo. O Telejornal da emissora Rede Globo transmitiu o caso diariamente de 29 de março a 18 de maio de 2008, incluindo entrevistas com os familiares e acompanhamento do desvendamento do trágico e não completamente solucionado crime, como se a vida real virasse uma novela.

Recursos como manchetes chamativas, fotos apelativas e assuntos polêmicos são frequentemente usados sem a mínima preocupação com a veracidade do fato apresentado, pois se antes o objetivo era manter a população informada, hoje é apenas obter maior número de audiência e vender aquela informação. O objeto de estudo das mídias e do jornalismo sensacionalista são os sentimentos e as emoções de cada indivíduo. Marcondes Filho *apud* Matheus Torrezan (2015) afirma: "No fundo a imprensa sensacional trabalha com as emoções, da mesma forma que os regimes totalitários



# Materializando Conhecimentos

Revista Eletrônica

trabalham com o fanatismo, também de natureza puramente emocional". Ou seja, empresas de comunicação fazem uso da ingenuidade da população, e com esse mecanismo de persuasão que é o sensacionalismo, conseguem "prender" o espectador/leitor apenas para ganhar audiência.

Com o grande poder de manipular a opinião do público em geral, os elementos de comunicação são considerados por diversos estudiosos da área como sendo um quarto poder. Para muitas pessoas, esses meios são os responsáveis por apresentar algo que é considerado como verdade absoluta, já que por serem alienados, não conseguem filtrar corretamente as informações que recebem. O sociólogo e jornalista brasileiro Muniz Sodré *apud* Bayer (s/d) diz que a mídia ocupa um lugar primordial na construção ou modelagem ideológica do mundo, a qual ocorre através de diversas técnicas como: o princípio da seletividade, a reportagem, a dramatização e efeitos visuais (imagem).

É conclusivo que os meios de comunicação anunciam os fatos de acordo com suas próprias perspectivas, apresentando ao público apenas o que no final lhes convém. A mídia, no geral, vem tentando chamar a atenção do público. Sendo assim, o jornalismo do espetáculo sempre procura agir de acordo com os seus interesses, manipulando discursos, trazendo imagens distorcidas que não refletem totalmente a realidade. Com isso, acabam criando uma verdade própria, de um modo que muitas vezes rompe a barreira entre o real e o imaginário. Como disse Guy Debord, "No mundo realmente invertido, o verdadeiro é um momento do falso" (1997, p. 16). Ou seja, o comum não é mais transmitir a notícia de fato, mas sim uma versão manipulada e "incrementada" para fins de persuasão, influência e lucro. Isso mostra o quão corrompido está o nosso mundo, invertido, como diz o autor.

Essa postura editorial surgiu como uma forma de trazer sempre novos nichos de audiência para as notícias, no entanto, o impacto cultural causado na sociedade, por meio de fatos distorcidos, não é levado em conta. Os assuntos mais explorados pelos sensacionalistas são sempre temas chocantes, devido a repercussão deles na sociedade. Como exemplo dessas temáticas, têm-se um enfoque na área policial, pois notícias de crimes despertam a curiosidade nas pessoas, exatamente por representarem uma constante ameaça. Os meios midiáticos aproveitam essa parte vulnerável do ser humano, gerando frequentes sensações de insegurança e medo. Eles podem ser considerados os grandes causadores dessa "epidemia do medo" na sociedade atual, pois



# Materializando Conhecimentos

Revista Eletrônica

o mesmo parou de ser apenas possibilidades, agora diz respeito a situações concretas que são transmitidas todos os dias.

Aumentando a transmissão de crimes e promovendo a raiva popular sobre o criminoso, que na maioria dos casos são expostos como pobres, a mídia é capaz de aumentar a divisão social e preconceitos criados em torno dessa parcela da população. Isso tudo nada mais é do que uma forma de controle social da classe mais baixa, favorecendo assim o capitalismo. Criando um ambiente de medo e insegurança, os meios de comunicação fazem um desenho do inimigo, incitando a vontade da população de combatê-lo e pedir segurança, o que vai facilitar o processo de exclusão e punição contra esses grupos.

## 4 A ERA DA PÓS-VERDADE

É impossível realizar um estudo completo sobre a sociedade do espetáculo e como ela funciona se não trouxermos outros conceitos que a complementam. Um desses conceitos que foi criado baseado nessa configuração social manipuladora é o de "pós-verdade". Esse termo é um neologismo que faz referência ao modo como se é criada a opinião do povo em geral, e foi empregado pela primeira vez, com seu atual significado, por um dramaturgo chamado Steve Tesich, em uma de suas experiências para a revista *The Nation*. Posteriormente, o termo foi utilizado no título de um livro do escritor norte-americano Ralph Keyes: *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life* (A era da pós-verdade: desonestidade e decepção na vida contemporânea). Além disso, segundo a Universidade de Oxford, a "pós-verdade" é um substantivo "que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais". (FABIO, 2016, s/d)

Essa expressão ganhou notoriedade de fato quando discutida em um artigo publicado pela famosa revista *The Economist*, que culpa a força da internet e das redes sociais - por conta da grande velocidade e da abrangência em que as notícias falsas se espalham sem nenhuma censura. A pós-verdade não diz respeito somente à mentira, mas do pouco caso dado a veracidade dos fatos apresentados - a verdade torna-se algo



# Materializando Conhecimentos

Revista Eletrônica

dispensável. O apelo emocional passa a ter muito mais relevância do que os fatos concretos.

Como exemplo disso temos o comercial do grupo JBS, o qual envolveu uma quantia de R\$45 milhões apostada em cima do "rei" Roberto Carlos para que ele fizesse propagandas das carnes Friboi. Toda essa dedicação se devia a uma notícia publicada há pouco tempo, a qual afirmava que Roberto Carlos tinha voltado a comer carne depois de 30 anos, mas o motivo da dúvida veio no momento em que o "rei" não consumiu o produto no próprio comercial, fazendo com que os internautas questionassem a veracidade da notícia.

Principalmente por conta dos atuais acontecimentos políticos no cenário mundial, o termo "pós-verdade" foi eleito pelo dicionário Oxford como sendo a palavra do ano em 2016. Segundo o filósofo Renato Janine *apud* Cunha (2016), o ano de 2016 será marcado pelo ápice da força da mentira, que chegou a ser fator influenciador em eleições políticas de grandes potências. Alguns dos exemplos de acontecimentos atuais que refletem a pós-verdade são a campanha de eleição para presidência do norte-americano Donald Trump e o Brexit, com a situação da retirada do Reino Unido da União Europeia.

Além disso, percebendo a repercussão atingida com a eleição de "pós-verdade" como a palavra do ano de 2016 pela Universidade de Oxford, o Facebook começou a adotar medidas para reprimir a proliferação de notícias falsas que ajudaram no inesperado sucesso eleitoral de Donald Trump. Foi possível perceber pela primeira vez a preocupação de empresas de tecnologia com a contaminação da esfera midiática, a qual se deu por mentiras divulgadas tendo como principal objetivo manipular e influenciar a opinião pública. Com isso, todas as informações erroneamente publicadas tiveram um essencial papel nas estratégias políticas, fazendo com que fique bem claro o poder da pós-verdade na política atual. Como exemplo, têm-se as duas notícias falsas que mais repercutiram na época das eleições nos Estados Unidos, são elas: "Wikileaks confirma que Clinton vendeu armas para o Estado Islâmico" e "Papa Francisco choca o mundo e apoia Donald Trump". De praticamente todas as notícias que não iam de acordo com a verdade, pouquíssimas eram contra Donald Trump, fazendo com que esses traços de pós-verdade fossem um fator influenciador no resultado das eleições.

Além dos exemplos citados em relação à área política, ainda é possível perceber a presença da pós-verdade nos casos de pessoas mortas por linchamentos, os quais acabam sendo ocasionados por histórias equivocadas que são passadas adiante sem uma



# Materializando Conhecimentos

Revista Eletrônica

comprovação que seja algo verdadeiro, levando assim a consequências extremas. Portanto, "pós-verdade" diz respeito de certa forma a algo chamado de "pós-jornalismo", o qual não é mais aquele que reflete e busca sempre interpretações a respeito da complexidade do mundo, mas sim, o que constrói uma realidade conforme aquilo que acredita e que sentencia de maneira decisiva sem deixar opções para questionamento.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos principais pontos relacionados à conceituação de sociedade do espetáculo é, sem via de dúvidas, o enorme poder que a mídia adquire e exerce sobre os outros. Ela, através do apelo emocional e do sensacionalismo, faz com que os indivíduos acreditem que suas verdades são absolutas, mesmo que elas não condigam com a realidade e/ou estejam distorcidas.

É consenso entre as pessoas de que a mídia é uma das maiores influenciadoras e formadora de ideias e opiniões públicas. Mas sem uma análise mais profunda acerca do assunto, não é possível ver a real dimensão que ela pode tomar, chegando a ser a responsável por grandes decisões políticas ao redor do mundo (como exemplo disso, já citado no trabalho, temos a eleição do presidente norte-americano Donald Trump).

Além disso, pode-se entender que a vida foi transformada em um verdadeiro show, no qual se vive em um tempo dominado por câmeras, novas tecnologias e imagens em excesso. Com isso, a comunicação é comprometida a partir do momento em que os meios midiáticos divulgam fatos de acordo com seus pontos de vista particulares, expondo ao público apenas o que querem. Em um cenário que essas manifestações do poder da mídia ocorrem, a veracidade não recebe a devida importância, dando espaço somente para a repercussão que vai ser gerada, ou seja, o espetáculo em si não é apenas um aglomerado de imagens, mas sim uma complexa relação social mediada por elas. Portanto, acabou virando a representação contemporânea da própria alienação.

## REFERÊNCIAS

ARLINDENOR. **Guy Debord e a sociedade do espetáculo – arlindenorpedro.** Disponível em: <<https://arlindenor.com/2011/12/18/guy-debord-e-a-sociedade-do-espetaculo/>>. Acesso em: 20 abr. 2017.



# Materializando Conhecimentos

Revista Eletrônica

---

BAYER, Diego Augusto. **O discurso da mídia e sua desinformação através dos espetáculos criados.** JUSBRASIL. Disponível em: <<https://diegobayer.jusbrasil.com.br/artigos/121943203/o-discurso-da-midia-e-sua-desinformacao-atraves-dos-espetaculos-criados>>. Acesso em: 26 mai. 2017.

COELHO, Cláudia Novaes Pinto. **Mídia e poder na sociedade do espetáculo.** REVISTA CULT. Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/midia-e-poder-na-sociedade-do-espetaculo/>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

CUNHA, Carolina. **Por que "pós-verdade" foi a palavra do ano e o que ela diz sobre 2016?** UOL, 2016. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/12/31/por-que-pos-verdade-foi-a-palavra-do-ano-e-o-que-ela-diz-sobre-2016.htm>>. Acesso em: 09 jul. 2017.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FABIO, André Cabette. **O que é 'pós-verdade', a palavra do ano segundo a universidade de oxford.** NEXO JORNAL, 2016. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/11/16/o-que-%c3%a9-%e2%80%98p%b3s-verdade%e2%80%99-a-palavra-do-ano-segundo-a-universidade-de-oxford>>. Acesso em: 09 jul. 2017.

FILHO, João Freire. A sociedade do espetáculo revisitada. **FAMECOS**, Porto Alegre, n. 22, p. 33-46, dez. 2003.

G1. **Facebook atinge os 2 bilhões de usuários.** 2017. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/facebook-atinge-os-2-bilhoes-de-usuarios.ghtml>>. Acesso em: 09 jul. 2017.

PRIOLLI, Gabriel. **A era da pós verdade.** CARTA CAPITAL, 2017. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/revista/933/a-era-da-pos-verdade>>. Acesso em: 07 jul. 2017.

ROSÁRIO, Raquel & BAYER, Diego Augusto. **A formação de uma sociedade do medo através da influência da mídia.** CARTA CAPITAL, 2014. Disponível em: <<http://justificando.cartacapital.com.br/2014/12/12/a-formacao-de-uma-sociedade-do-medo-atraves-da-influencia-da-midia/>>. Acesso em: 26 mai. 2017.



# Materializando Conhecimentos

Revista Eletrônica

TONDO, Romulo; NIGRINI, Michele. Espetacularização e Sensacionalismo: Reflexões Sobre o Jornalismo Televisivo. **Intercom**, Curitiba, p. 1-9, set. 2017. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0604-1.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

TORREZAN, Matheus. **Sensacionalismo, a fórmula da audiência**. Jornal Matéria Prima, 2015. Disponível em: <<http://www.jornalmateriaprima.com.br/2015/08/sensacionalismo-a-formula-da-audiencia/>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

TUBINO, Najar. **A nova fase da sociedade do espetáculo**. CARTA MAIOR, 2015. Disponível em: <<http://www.cartamaior.com.br/?%2feditoria%2fmidia%2fconexoes-envenenadas-a-piracao-dos-u21ccoisa-u21d%2f12%2f33134>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

## ANEXOS



Fonte: <<https://oglobo.globo.com/mundo/charlie-hebdo-criticado-por-capa-ironizando-menino-sirio-morto-17486142>>. Acesso em: 10 Ago. 2017.