

## **A influência da mídia na decisão penal<sup>1</sup>**

Ezequiel Schukes Quister<sup>2</sup>  
Centro Universitário Uninter, Curitiba, PR.

### **RESUMO**

O presente trabalho visa discutir e refletir sobre o papel da mídia no contexto do direito penal, bem como evidenciar sua grande influência sobre a decisão penal. Como se evidencia nas páginas seguintes, o crime apresenta forte apelo social e sua veiculação pela mídia ganha status de manchete. O resultado dessa exposição midiática é a construção de um pensamento estereotipado, em nível social, que chamamos aqui de “fala do crime”, um discurso repetitivo e apelativo.

**PALAVRAS-CHAVE: Mídia, Crimes, Processo penal, Influência.**

### **A FALA DO CRIME COMO SUGESTÃO E CONSTRUÇÃO MIDIÁTICA DA REALIDADE.**

*A realidade social, objetiva, que não existe por acaso, mas como produto da ação dos homens, também não se transforma por acaso. Se os homens são os produtores desta realidade e se esta, na “inversão da práxis”, se volta sobre eles e os condiciona, transformar a realidade opressora é tarefa histórica, é tarefa dos homens. (Pedagogia do Oprimido, Paulo Freire).*

Na sociedade da informação, conceito que necessariamente envolve a ideia de um aparato técnico-econômico (WERTHEIN, 2000) tende-se a supervalorizar os aspectos que essa tecnicidade traz com relação à disseminação da informação e sua velocidade, sem, contudo, certificar-se de sua validade, qualidade do que se transmite e de sua oportunidade. O que se veicula através do aparato midiático não passa, necessariamente, pelo crivo do cidadão comum, e, por isso, evidencia as principais características das mídias de massa: sua capacidade de alienar e os “seus poderes de sugestamento” (CALVANESE; BIANCHETTI, 2003, citado por SOUZA, 2010, p. 28). Alienar tem aqui o sentido de estereotipar, de standardizar certo tipo de pensamento que, pode ou não culminar em comportamentos estereotipados, porque “nossas respostas aos meios de comunicação, em particular e em geral, variam de indivíduo para indivíduo e nos diversos grupos sociais, segundo o sexo, idade, classe

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior (IJ) – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, dentro do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Jornalista formado pelo Centro Universitário Uninter. Graduando em Direito. E-mail: ezequielq@uol.com.br

social, etnia, nacionalidade e também no tempo” (SOUZA, 2010, p. 40). Em cenários onde predomina a ideia de que a violência é generalizada, por exemplo, é comum ouvir que a criminalidade está aumentando ou que a sociedade está cada vez mais violenta; pelo menos essa é a percepção da população, que, conforme pesquisa do Ibope<sup>3</sup> de 2014, coloca a violência como o 2º maior problema do Brasil.

A mídia parece ter um interesse mórbido em reforçar tais aspectos da vida humana, reforçando, parece-nos, o lado pouco agradável de cada indivíduo; contudo, lembremo-nos das palavras de Sigmund Freud, para quem “os homens não são criaturas gentis (...), pelo contrário, são criaturas entre cujos dotes instintivos, deve-se levar em conta uma poderosa quota de agressividade”. (2010, p. 28). Ele vai mais longe e diz o seguinte:

A existência da inclinação para a agressão, que podemos detectar em nós mesmos e supor com justiça que ela está presente nos outros, constitui o fator que perturba nossos relacionamentos com o nosso próximo e força a civilização a um tão elevado dispêndio [de energia]. Em consequência dessa mútua hostilidade primária dos seres humanos, a sociedade civilizada se vê permanentemente ameaçada de desintegração (FREUD, 2010, p. 29).

É essa hostilidade citada pelo pai da psicanálise que parecer ser reforçada pela mídia. Ou, “(...) quanto mais frequentemente os telespectadores vejam representações da violência, tanto mais percebem a probabilidade de se transformarem em vítimas de ações violentas” (KURY, 2005, citado por SOUZA, 2010, p. 64). As representações de violência são reforçadas pela mídia *ad infinitum*, e a constância dessa intenção é que molda o imaginário coletivo, reforçando que o crime é quase parte inevitável de nossa existência.

A variação das repostas comportamentais e o quanto de condicionamento existe em cada indivíduo, fruto do que foi dito anteriormente sobre o papel sugestível da mídia, é difícil mensurar. O professor Artur Cesar de Souza assevera que “deve-se repudiar qualquer afirmação metafísica de que o indivíduo pudesse ser reduzido a uma mera engrenagem de um processo causal midiático” (2010, p. 40). Entretanto, é preciso delimitar e enfatizar a citação do ilustre professor e magistrado restritivamente ao aspecto metafísico por ele mencionado, já que, na realidade da vida cotidiana, a mídia exerce sim poder direto sobre as pessoas, e tal afirmativa já se faz presente desde as

<sup>3</sup> [http://www.sistemafindes.org.br/download/pesquisa\\_cni-ibope-problemas\\_e\\_prioridades\\_2014.pdf](http://www.sistemafindes.org.br/download/pesquisa_cni-ibope-problemas_e_prioridades_2014.pdf)

primeiras aparições das teorias da comunicação, como a teoria da agulha hipodérmica<sup>4</sup> e da agenda *setting*<sup>5</sup>, tão largamente estudadas pelas Escolas de Frankfurt e pela Escola Americana de Comunicação, nas décadas de 20 e 30 do século passado.

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo (...). (WOLF, 2001, p. 144).

A citação reforça principalmente dois dos veículos de comunicação que têm a maior predominância e credibilidade entre os brasileiros<sup>6</sup> em relação às demais mídias de massa: a televisão e os jornais (estes podem incluir os jornais televisivos), e como tais, exercem forte influência sobre o pensamento do indivíduo:

As ideias, reflexões e conceitos da maioria das pessoas são amparados, ou melhor, são frutos de uma relação entre as ideologias presentes na sociedade e convicções pessoais. As pessoas comunicam-se e, cada vez mais, organizam seus pontos de vista, com isso muitas vezes formam suas opiniões e fazem suas escolhas com base no que lhes é informado através dos meios de comunicação (NUNES, 2008).

As mídias não apenas influenciam como ditam boa parte do comportamento social, na medida em que são as janelas pela quais muitos olham e compreendem o mundo. (...) Todos nós já sabemos há muito, ou seja, que o principal acesso dos brasileiros ao sistema de mídia se dá através da mídia eletrônica, o rádio e a televisão (...). 2/3 da população obtêm suas informações básicas sobre o país e o mundo através destes dois veículos (...) (AZEVEDO, 2006, p. 97).

É possível que a mídia force e reforce certos conceitos que são engendrados pela maioria, como fruto de suas próprias reflexões, mas, que na verdade, são sugestões (ainda que subliminares), das difusões midiáticas? Cremos que sim, e aquilo que se apresenta como “fala do crime” é, nada mais que um aspecto reativo da ação humana,

---

<sup>4</sup> A mídia é vista como uma agulha, que injeta seus conteúdos diretamente no cérebro dos receptores, sem nenhum tipo de barreira ou obstáculo.

<sup>5</sup> Essa teoria busca justificar que os assuntos tratados pela mídia de massa são previamente agendados. Tal agenda também é fruto da concorrência entre os proponentes do mesmo tema, cujo objetivo é obter a máxima atenção do público em um cenário de ampla divulgação.

<sup>6</sup> <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>

alicerçado em um discurso nem sempre verídico, mas, verossímil, fundamentado principalmente em repetições de falas e comportamentos que justificam um jeito de ser, de pensar. É por isso que “o medo e a fala do crime não apenas produzem certos tipos de interpretações e explicações, habitualmente simplistas e estereotipadas, como também organizam a paisagem urbana e o espaço público” (CALDEIRA, 2000, p. 27). Se a fala organiza, segundo nos diz Tereza Pires do Rio Caldeira, ela também cria. Nesse sentido, a fala do crime primeiramente converte a experiência do indivíduo em um mundo organizado por valores baseados em discursos; sobre o que se diz e se replica. Por isso o que se chama aqui de fala do crime é um modelo de discurso que organiza todos os demais, “essas narrativas e práticas impõem separações, constroem muros, (...) segregam, diferenciam, impõe proibições (...), restringem movimentos. Em resumo, elas simplificam e encerram o mundo” (CALDEIRA, 2000, p. 28). Em suma, os acontecimentos midiáticos são construções e, como tais, contêm um emaranhado de condições que vão desde a forma de captação da notícia, bem como do estado de espírito daquele que a produziu. Os filtros pelos quais as informações passam transformam-nas em algo inevitavelmente parcial. Como diz Patrick Charaudeau,

Na verdade, o cidadão nunca tem acesso ao acontecimento bruto, ele sempre entra em contato com um acontecimento filtrado pela mídia. Assim, ora acontecimento bruto e acontecimento veiculado pela mídia se confundem, ora um prepondera sobre o outro, criando um círculo vicioso, como demonstra o tratamento midiático de alguns casos (2012, p. 256).

E a consequência dessa construção é uma fala que impregna o consciente coletivo com simbolismos que “criam o tecido da sociedade em nível cultural” (SOUZA, 2010, p. 87), justificando toda sorte de ações e fomentando comportamentos. A mídia passar a ter um tipo de saber que antecede aquilo que necessariamente deveria surgir da reflexão, do debate. Por fim, como disse Caldeira, “a fala do crime (...) é contagiante” (2000, p. 27).

## **REFORÇO MIDIÁTICO DO CONCEITO DE VIOLÊNCIA**

*Em todo homem, é claro, habita um demônio oculto: o demônio da cólera, o demônio do prazer voluptuoso frente aos gritos da vítima torturada, o demônio da luxúria sem peias. (Os Irmãos Karamazov, Dostoiévski).*

Se a fala do crime é contagiante, por que ela o é?

A maneira como a violência hoje é apresentada deixa o espectador absorto sobre a real intensidade dela em seu cotidiano. “A imagem violenta caracteriza-se por produzir um choque *perceptivo*; a imagem da violência produz um choque *emotivo*, que não é necessariamente perceptivo” (JOST, 2007, p. 101). Nem toda imagem violenta demonstra atos de violência. E a vulgarização disso tampouco traz entendimento sobre o fato, pois são pobres de significação e só tem por objetivo chocar. No Brasil, “o noticiário em torno da violência raramente se faz acompanhar do necessário debate sobre possíveis soluções para o problema” (ANDI, 2001, p. 11). Ela (a mídia) afeta nossos sentidos ao mesmo tempo em que sofre também as influências dessa ação, pois ela espelha, em partes, nossa visão de mundo e aquilo que entendemos por realidade.

O demônio de Dostoiévski está mais presente do que nunca. Pelo menos é o que a mídia parece querer nos mostrar. Em uma pesquisa realizada, em 1977, por A Peyreffine, trouxe-se à luz a informação de que onde a imprensa dedicava menos espaço aos acontecimentos delituosos, também a preocupação pela criminalidade pareceria menos significativa (CALVANESE; BIANCHETTI, 2003, citado por SOUZA, 2010, p. 78). Ou seja, a violência é, em grande parte, uma construção midiática, com vistas a manter certa condição de tensão, que por sua natureza mantém em alerta o indivíduo, fazendo-o crer que inexoravelmente ele pode ser vítima dela. Assim, respondendo à questão que abre este capítulo, a fala do crime é contagiante porque “alimenta um círculo vicioso em que o medo é trabalhado e reproduzido, e no qual a violência é a um só tempo combatida e ampliada” (CALDEIRA, 2000, p. 27). A função disso, para a mídia, está no processo de alimentação e retroalimentação, já que a violência ainda está no topo das pautas, e parecer ser mais presente na mídia que no cotidiano das pessoas<sup>7</sup>.

Não se pode esquecer que ainda falta uma preparação específica e uma adequada deontologia profissional para alguns jornalistas. O clamor público desencadeado pela prática de um crime hediondo pode resultar da exploração distorcida dos fatos por um mal intencionado meio de comunicação que busca mover a consciência e a vontade dos membros da sociedade numa direção predeterminada (NETTO, 2011, p.74).

Essa deontologia citada pelo ilustre desembargador José Laurindo de Souza Netto esbarra no muro das necessidades mercadológicas, já que nesse meio parecer-nos que a audiência tudo justifica.

<sup>7</sup> O relatório da Unicef Violência e Mídia, pontua que boa parte dos entrevistados admitem que a há mais violência na televisão do que no bairro em que vivem. Fonte: [http://www.unicef.org/brazil/pt/Cap\\_04.pdf](http://www.unicef.org/brazil/pt/Cap_04.pdf)

---

## A MÍDIA MANIPULADORA E SUA INFLUÊNCIA

*Se você não cuidar, os jornais farão você odiar as pessoas que estão sendo oprimidas, e amar as pessoas que estão oprimindo. (Malcom X)*

As empresas de comunicação são empresas e, como tais, visam ao lucro. Essa condição, por si só, já torna o processo de captação da informação uma corrida pelas melhores reportagens, pelas informações mais atuais sobre determinados assuntos e, principalmente, pelo furo de reportagem. As empresas de comunicação também concorrem entre si pelo objetivo de se manterem na liderança, de ter, por assim dizer, o monopólio da informação. “Por essa lógica, cada uma delas procura ‘captar’ uma grande parte, se não a maior parte, do público. Sua atividade, que consiste em transmitir informação (...) torna-se suspeita porque sua finalidade atende a um interesse diferente do serviço da democracia” (CHARAUDEAU, 2012, p. 59).

Essa condição mercadológica da informação possibilita uma luta entre as empresas com foco prioritário em tornar o cidadão um consumidor, pois “o objetivo visado por cada um dos titãs da comunicação é tornar-se o interlocutor único do cidadão” (RAMONET, 1999, p. 124). Essa meta, por assim dizer, é construída com base em aparatos tecnológicos, onde o “saber fazer” se mostra como qualidade de programação. Contudo, o processo de linguagem amparado pelo conteúdo imagético é, sem dúvida, o principal meio de influência e doutrinação de que as mídias em geral se utilizam. Como explica Patrick Charaudeau, há certos vieses estruturais para que tal objetivo seja alcançado:

*Prescritiva*, que consiste em “querer fazer”, isto é, querer levar o outro a agir de uma determinada maneira; a *informativa*, que consiste em querer “fazer saber”, isto é, querer transmitir um saber a quem se presume não possui-lo; a *iniciativa*, que consiste em **querer “fazer crer”, isto é, querer levar o outro a pensar que o que está sendo dito é verdadeiro (ou possivelmente verdadeiro); (...) do pathos, que consiste em “fazer sentir”, ou seja, provocar no outro um estado emocional agradável ou desagradável**<sup>8</sup> (2012, p. 69).

Destacamos na citação do ilustre professor da universidade de Paris os aspectos do “querer crer”, “fazer sentir”, já que são elementos que configuram uma questão que vai além dos aspectos objetivos de uma tecnicidade, mas mexem com o aspecto psicológico do indivíduo. Estes aspectos, dentro do que Charaudeau chama de

---

<sup>8</sup> Grifo nosso

iniciativa, são elementos que configuram uma forma de ação que visa à modificação de pensamento, “um processo de mutação das significações conotativas (ideológicas) da comunicação social” (SOUZA, 2010, p. 20). Ou seja, busca-se uma mudança no quadro perceptivo-emocional do receptor. E essa mudança cria um convencimento coletivo, a partir do qual os indivíduos aceitam a ideia de violência generalizada ou aumento desta. A repercussão, mais uma vez, torna verdade um fato que nem sempre é verdade.

## OS JULGAMENTOS COM GRANDE REPERCUSSÃO SOCIAL

*Até que viesse uma justiça um pouco mais doída. Uma que levasse em conta que todos temos que falar por um homem que se desesperou porque neste a fala humana já falhou, ele já é tão mudo que só o bruto grito desarticulado serve de sinalização.*

*Uma justiça prévia que se lembrasse de que nossa grande luta é a do medo, e que um homem que mata muito é porque teve muito medo. Sobretudo uma justiça que se olhasse a si própria, e que visse que nós todos, lama viva, somos escuros, e por isso nem mesmo a maldade de um homem pode ser entregue à maldade de outro homem: para que este não possa cometer livre e aprovadamente um crime de fuzilamento (Mineirinho, Clarice Lispector).*

Historicamente o crime sempre teve forte apelo nos meios de comunicação. Ou melhor, não exatamente o crime, mas suas demonstrações e, pelo que vimos até aqui, suas representações. O poema utilizado no início deste parágrafo, como epígrafe, é um exemplo de relato real e emocionado que nos leva à reflexão, já que evidencia as mazelas de um sistema penal que pouco parece ter mudado até então. A própria Clarice Lispector em uma entrevista para o programa *Panorama*<sup>9</sup>, em 1977, expôs sua indignação diante da brutalidade das imagens e pela repercussão que o caso teve na época. A morte de Mineirinho<sup>10</sup> foi bárbara, pois deixou à mostra um lado sombrio de uma polícia truculenta, fruto de um sistema penal diretamente ligado à repressão, reforçado por uma imprensa sensacionalista que via no caso apenas um motivo de audiência e crítica.

Nossa história parecer ter sido pontuada, há um bom tempo, por casos de crimes que tiveram forte apelo social. Esses fatos, nas palavras de Teresa Pires do rio Caldeira, organizam um discurso em torno do crime, criando um antes e depois que organiza

<sup>9</sup> Entrevista dada pela autora ao jornalista Júlio Lerner, da **TV Cultura**, em 1977. Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=zjQ5PSEOd1U> >. Acesso em 31 de maio 2016.

<sup>10</sup> José Rosa Miranda, marginal condenado a mais de cem anos de prisão, que fugira do Manicômio Judiciário em 23 de abril de 1962.

certas narrativas e empresta categorias de interpretação a outros processos da vida cotidiana (2000, p. 33). O crime, como fato singular na vida de tantos, cria ou fomenta um aparato de significação que, para muitos dos que sofreram e sofrem violência, é o começo de uma vida cercada de categorizações.

Os cenários urbanos começam a ser construídos com base no material que ora se configura como natural, já que o crime passou a ser um divisor de águas em muitas vidas; ainda que não permanente, pois os crimes que geralmente chocam a opinião pública não ocorrem todos os dias. Um exemplo histórico e notório de que a disseminação da violência pelos meios de comunicação é um caso antigo, é o da “Fera de Macabu<sup>11</sup>”, da época do Império, que se tornou célebre pelos erros processuais e por fomentar a efetiva extinção da pena de morte no Brasil, conforme nos cita Ilton César Martins (2005, p. 84). A citação do caso “Fera de Macabu” nos mostra que, no Brasil, os crimes sempre pareceram ter acolhida jornalística, e a explicação para esse fato comporta muitos vieses, sejam sociais, antropológicos ou históricos. Contudo, pelo que foi visto até aqui, não é difícil entender o porquê: o crime gera notícia. Disso “constata-se que o interesse na publicação de material sensacionalista é meramente o de manter um negócio” (CARDOSO, 1997, p. 6), e como qualquer outro negócio, tem na distribuição e no consumo de seu produto a sua existência.

Nas duas histórias de crimes citadas anteriormente, o que fica em evidência é o aspecto estereotipado - criados pela mídia - em relação aos dois agentes: Mineirinho era o louco que fugiu do hospício, a besta-fera que sempre viveu à margem da lei, da sociedade. Já Manuel da Mota Coqueiro, vulgo Fera de Macabu, dispensa comentários, já que sua alcunha fala por si, ainda que hoje saibamos que ele não ordenou o crime pelo qual foi acusado (MARTINS, 2005, p. 84). Estes e outros exemplos atuais nos mostram características comuns aos agentes que possuem histórico de crimes: o estigma e o estereótipo. Isso vai culminar com o modelo de inimigo da sociedade, tão característico da teoria do direito penal do inimigo.

Os autores de infração penal (inimigos sociais) são tratados pelos meios de comunicação numa perspectiva maniqueísta, orientada pelo paradigma dicotômico (bom-mau – nós-eles). O criminoso seria *etiquetado*, por assim dizer, como um sujeito antropológicamente indecifrável, movido por um instinto antissocial obscuro e profundo. Sobretudo, a transmissão midiática deixa como mensagem a ilusão de

---

<sup>11</sup> Crime cometido na época do Império, cujo erro processual culminou com a condenação de um inocente à morte. Este crime foi amplamente divulgado pela imprensa da época. Ver MARCHI, C. Fera de Macabu: a história e o romance de um condenado à pena de morte. Rio de Janeiro: Record, 1999.

---

que o autor da infração penal não pode ser recuperado socialmente, mas pode e deve ser apenas combatido e encarcerado (SOUZA, 2010, p. 136).

Com acerto o autor da citação em questão nos fala de “etiquetamento”, palavra que demonstra claramente o poder da mídia em criar rótulos, uma designação definidora que, normalmente, no cenário penal aqui discutido, cria um estigma no agente que mesmo o tempo não pode apagá-lo; a Fera de Macabu será sempre a Fera de Macabu.

Boa parte dessa maneira de agir da mídia é reforçada pela própria sociedade, principalmente pela classe dominante. É como nos diz Norbert Elias: “Um grupo só pode estigmatizar outro com eficácia quando está bem instalado em posições de poder das quais o grupo estigmatizado é excluído” (2000, p. 23). E isso resulta num processo de retroalimentação, na qual a sociedade mesmo cria os inimigos que tenta combater. É nisso que reside o erro em se adotar políticas criminais de repressão, sem colocar em um mesmo plano procedimentos para recuperação do infrator. Não se espera a sua reabilitação, mas trabalha-se pela sua eliminação.

(...) as hostilidades contra o agressor não estão de fato em grau de tratar as causas do crime, porque o impulso no qual se traduzem esses sentimentos concentra-se sobre a ‘eliminação do inimigo’ que ousou rebelar-se contra o sistema e não em relação à ‘reconstrução social’ (SOUZA, 2010, p. 134).

Assim se constrói o cenário a partir do qual os atores sociais se mostram em lados opostos: os que creem que os crimes são coisas alheias à sociedade, frutos de cabeças desajustadas que não pensam em outra coisa a não ser cometer crimes, e devem ser encarcerados por isso, e aqueles que querem que as coisas assim se mantenham. É por isso que os crimes de grande repercussão social invariavelmente trazem à sociedade a lembrança de que estamos à mercê de violência semelhante. Esse reforço, como já foi discutido anteriormente, legitima boa parte do sistema penal do inimigo, trazendo consigo uma gama de interpretações e comportamentos estandardizados, reflexos de um medo inconsciente que permeia a sociedade. Não por acaso “é notório que a comunicação privilegia a anomalia, a exceção à normalidade, e que a notícia mais apetitosa é aquela com característica negativa e não positiva” (SOUZA, 2010, p. 163).

O reflexo deste cenário no âmbito do judiciário é inevitável. Pode-se confirmar pelo chamado populismo penal, cuja manifestação vem de um discurso que, grosso modo, visa manter um *status quo* ligado ao modernismo reacionário.

O discurso veiculado sistematicamente pela mídia de que a ordem pública já está naturalmente corrompida é absorvido pelos juízes, de modo que qualquer prisão se justifica para manter a ordem, já supostamente “fragilizada”. O populismo penal desencadeia, então, o medo para posteriormente justificar a violação a preceitos fundamentais pela jurisdição, que serve-se dele como “*instrumento de legitimação do discurso penal dominante*”, instaurando uma “*síndrome do colapso iminente da ordem social*” (CARDOSO, 2012, 699-700, 702, 703, citado por NETTO, 2016, p. 832).

A justificativa para as mudanças procedimentais, jurisprudenciais e legislativas se fundam neste aspecto reacionário da opinião pública, já que ela pressiona o judiciário criando *inputs* que nem sempre são frutos de reflexão prévia; algo feito no susto, no calor da discussão. “Desta forma, o populismo penal acaba por nutrir a discricionariedade, contribuindo para a configuração do Estado de Exceção” (NETTO, 2016, p. 833).

## **AS JURISPRUDÊNCIAS COMO REFLEXO DO CENÁRIO SOCIAL**

(...) à lei não importa que uma classe qualquer da cidade passe excepcionalmente bem, mas, procura que isso aconteça à totalidade dos cidadãos (...) (A República, Platão).

No Brasil os crimes de grande repercussão midiática não criam apenas o que foi dito anteriormente como a fala do crime, criam também uma tensão social que, bem ou mal, ajuda no processo legislativo e na criação/modificação de jurisprudências. Não se pode negar que certas leis que hoje nos são tão caras, são oriundas de pressão popular ou pressão midiática. Certamente essa pressão popular não é mais que um reflexo de exposição midiática de crimes que, nem por sua gravidade, mas pelo apelo das mídias, tornaram-se célebres em nossa sociedade. O que foi visto até aqui sobre a mídia fundamenta essa afirmação.

Um exemplo clássico deste fomento criacionista da mídia em relação à matéria legislativa penal, que não é recente, mas emblemático, é o da criação da Lei de Crimes Hediondos, a qual foi forçosamente aprovada após o sequestro do publicitário Roberto Medina, em 1989, e do empresário Abílio Diniz, em 1990<sup>12</sup>. Não há dúvida de que a

---

<sup>12</sup> <http://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2010/07/16/comocoes-sociais-influenciaram-punicao-de-crimes-hediondos>

condição econômica de ambos e, principalmente, sua exposição nos meios de comunicação é que levaram o congresso a aprovar com urgência a lei em questão.

Outro exemplo dessa influência da mídia foi o caso Daniela Perez. A partir do assassinato dela é que sua mãe, Glória Perez, conseguiu através de emenda à constituição, mudar o aspecto da lei que, até então, não considerava o assassinato como crime hediondo. Naquela época o acusado deste tipo de crime respondia pelo crime em liberdade. Ainda que em 2006 o Supremo Tribunal Federal tenha considerado inconstitucional o parágrafo 1º do artigo 2º da Lei 8.072/90, justamente o que proibia a progressão de regime, a lei foi um avanço social e permitiu tratar com mais gravidade crimes que por sua natureza merecem tratamento diferenciado.

Não poderíamos deixar de citar o caso Suzane Richthofen, o qual, assim como os demais citados acima, foi objeto de ampla divulgação midiática. Nele fica evidente o aspecto do populismo penal, cujo clamor social fez com que medidas abusivas em relação à sua prisão fossem tomadas.

Ao ter a prisão preventiva decretada, a ré apresentou-se voluntariamente ao 89º Distrito Policial do DECAP, em São Paulo, mas, mesmo assim, foi algemada e removida para outra unidade prisional, lá tendo sido mantida algemada por toda a noite e com as algemas presa a uma corrente, por sua vez presa a uma argola fixada à parede (NERY, 2010, p. 66).

Conforme cita Ariane Câmara Nery, as justificativas para tal atitude não encontram explicações lógicas nem legais, contudo, podemos inferir que pelo clamor social, a vingança privada se consumou com esse ato contra a ré, que, já naquele momento certamente estava condenada pela opinião pública. Não espanta, por exemplo, o fato de que o ministro Paulo Medina, que foi um dos julgadores do Habeas Corpus 58.813-SP a respeito do caso, tenha dito que “a decisão poderia orientar toda a jurisprudência nacional, e que a publicidade abusiva em torno do caso e a força da comunicação estão a exigir de cada um (...) reflexão maior, mais consciente, mais firme” (NERY, 2010, p. 68). Eis um resumo do seu parecer:

Sabemos que o clamor público não condena ninguém, assim como o clamor público não pode prender ninguém, mas há, também, decisões que entendem que o clamor público, excepcionalmente, pode conduzir à prisão. (...) É por isso que entendo que o clamor público existe; existe sim (...). A imprensa, às vezes, cria, a imprensa, às vezes, estimula, a imprensa, às vezes, julga, condena ou absolve. Mas, neste caso, a imprensa nada mais fez senão ecoar a gravidade do crime. A

---

imprensa nada mais fez senão estender a reação à sociedade, a imprensa nada mais fez senão ser a voz do povo que estava a exigir uma reação contra a impunidade. (...) Não que eu defenda em ser servil à sociedade. Não, não sou. Não que eu defenda medo ou temor da imprensa. Não. **A imprensa e a sociedade não têm nenhuma influência sobre mim**<sup>13</sup>. Mas penso que, agora, elas falam a voz da razão, falam a voz da necessidade de se preservar os aspectos que a garantem, de demonstrar que, aqui e acolá, se exigirá a reação do Poder Judiciário na prestação jurisdicional em nosso país<sup>14</sup>.

As palavras do ministro reforçam tudo o que dissemos até aqui a respeito da influência da mídia no âmbito social e privado do indivíduo. É claro que o magistrado, conforme se avalia da citação, também é influenciado por esse complexo emaranhado de fatos que são potencializados pela mídia, ainda que não reconheça tal influência.

Esperar pela notoriedade do próximo crime parece-nos o propulsor para novas alterações, novas reconfigurações e fomento da atividade jurisprudencial e legislativa no âmbito penal. Essa atitude passiva e reativa diante do fato evidencia o “progressivo abandono do estudo científico das determinações do crime e dos processos de criminalização em favor da pesquisa estatística sobre os fatores de risco associados à criminalidade” (DIETER, 2012, p. 10). A mídia parece ter assumido a tarefa de conduzir os processos legislativos de acordo com a notoriedade e interesses que lhe são próprios. Esse processo indireto de legislar exercido pela mídia é uma verdade que o próprio ministro Paulo Medina reconhece, quando disse que “a imprensa, às vezes, cria, a imprensa, às vezes, estimula, a imprensa, às vezes, julga, condena ou absolve”. Inevitavelmente o processo legislativo sofre a influência da opinião pública ora expressada pela mídia.

As alterações jurisprudenciais e legislativas não seguem o curso da mídia, mas, indiscutivelmente, alguns casos, como os discutidos anteriormente, dão azo para que certas medidas sejam agilizadas no âmbito do direito penal, seja por motivação ou pressão midiática.

O poder de influência da mídia é tamanho que invadiu até mesmo as escolhas políticas dos cidadãos, se transformando num verdadeiro vetor da política criminal. Diversas leis são promulgadas em razão da cobertura que os meios de comunicação destinam a determinados episódios. (NERY, 2010, pp. 49 e 50).

---

<sup>13</sup> Grifo nosso

<sup>14</sup> [https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=633816&num\\_registro=200600998520&data=20061204&formato=PDF](https://ww2.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&sequencial=633816&num_registro=200600998520&data=20061204&formato=PDF)

---

Como exemplo a autora nos cita a já discutida Lei dos Crimes Hediondos, bem como a Lei de Execuções Penais e o Código de Processo Penal. Nestes exemplos ela nos fala sobre a “tendência do recrudescimento da intervenção penal a partir de como a mídia o veicula” (2010, p. 50).

## CONCLUSÃO

Da análise em questão não se esperou reduzir o processo legislativo, tampouco o jurisdicional a uma mera condição de influência midiática. Nem enfatizar que a construção do juízo de convencimento do juiz sofre forte influência dos meios de comunicação, pois, “há aspectos bem mais influentes sobre o convencimento do magistrado do que aqueles produzidos eventualmente pela imprensa” (SOUZA, 2010, p. 253). Entretanto, também não se buscou ignorá-los, tratando-os como um mero processo de espetacularização inócuo, pirotecnia cujo fim não vai além da exposição midiática. A influência dos meios de comunicação, conforme estudada nos limites deste trabalho, apresenta um poder de persuasão que segue uma lógica muitas vezes imperceptível ao indivíduo comum. Nossas convicções e nossa visão de mundo estão sob influência constante dos *mass medias*.

É por isso que a fala do crime se tornou algo corriqueiro e típico de nossa realidade social, amparada pelo reforço midiático e sua característica manipuladora. Em uma sociedade globalizada como a nossa, tais meios de comunicação já não se limitam a mediar e difundir, mas alcançaram um patamar que cada vez mais fundamenta a alcunha de 4º poder<sup>15</sup> que lhes é atribuída, já que se tornam parte, ainda que indiretamente, do processo legislativo e jurisdicional, conforme dito anteriormente. Sua pressão sob esses meios garante, em certa medida, a constante manifestação e uma forma de vigilância das instituições democráticas. E, se esse poder vem em benefício da sociedade, que seja bem-vindo, já que “a publicidade é a alma da justiça, não só porque é a mais eficaz garantia dos testemunhos, mas principalmente porque favorece a probidade dos juízes, servindo como freio a um poder que se torna facilmente alvo de abusos, além de assegurar a confiança do público em seus juízes” (SOUZA, 2010, p. 256). As mudanças jurisprudenciais não são o objetivo da mídia, mas inegavelmente por elas são fomentadas. O ambiente jurídico-penal é sem dúvida uma seara que

---

<sup>15</sup> Ver Paulo Henrique Amorim, O Quarto Poder: Uma Outra História. Editora Hedra. 2015.

fortemente se vê forçada a atender aos apelos do clamor público e dos movimentos sociais.

No Brasil, ficou evidente que o papel da mídia na repercussão dos crimes segue um esforço que, ao mesmo tempo em que busca uma resposta dos poderes constituídos, uma resposta à sociedade, preocupa-se também em espetacularizar tais eventos, já que a notícia segue a ótica perversa do capitalismo, onde tudo se transforma em produtos, e como tal, tem na propaganda a garantia de seu consumo.

## **BIBLIOGRAFIA**

ANDI - Agência de Notícias dos Direitos da Infância. **Balas perdidas: um olhar sobre o comportamento da imprensa brasileira quando a criança e o adolescente estão na pauta da violência.** Brasília, 2001. Disponível em: < [http://www.andi.org.br/sites/default/files/Balas Perdidas.pdf](http://www.andi.org.br/sites/default/files/Balas%20Perdidas.pdf)>. Acesso em 24 de maio 2016.

AZEVEDO, Fernando Antonio. **Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político.** Universidade Federal de São Carlos. 2006. <disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/op/v12n1/29399.pdf>>. Acesso em 19 de maio de 2015.

CALDEIRA, Teresa Pires do Rio. **Cidade de muros. Crime, segregação e cidadania em São Paulo.** Tradução Frank de Oliveira e Henrique Monteiro. 1ª ed. São Paulo: Edusp, 2000.

CARDOSO, Sirley. **Pretos Pobres e Putas - Os Pês do Preconceito na Ética do Jornalismo Policial.** 1998. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/ea000494.pdf>>. Acesso em 31 de maio 2016.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** Tradução Angela S. M. Corrêa. 2ª ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2012.

DIETER, Maurício Stegemann. **Política Criminal Atuarial.** A Criminologia do fim da história. Tese de doutorado. UFPR. 2012. Disponível em: <<http://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/28416/R%20-%20T%20-%20MAURICIO%20STEGEMANN%20DIETER.pdf?sequence=1>>. Acesso em 07 de jun. 2016.

ELIAS, Norbert; SCOTSON, John L. **Os estabelecidos e os outsiders:** sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Tradução de Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder.** Organização, introdução e revisão técnica de Roberto Machado. 28ª ed. – Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2014.

FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização e outros textos.** São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

FRICERO, Natalie. **Récusation et abstention des juges: analyse comparative de l'exigence commune d'impartialité.** - Nouveaux Cahiers du Conseil constitutionnel n° 40 (Dossier : Le Conseil constitutionnel : trois ans de QPC) - juin 2013. Disponível em: <<http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/nouveaux-cahiers-du-conseil/cahier-n-40/recusation-et-abstention-des-juges-analyse-comparative-de-l-exigence-commune-d-impartialite.137428.html>>. Acesso em 22 de maio 2016.

JOST, François. **Compreender a Televisão.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

MARTINS, Ilton César. **Veredicto Culpado: a pena de morte enquanto instrumento de regulação social em Castro-PR.** Dissertação de mestrado. UFPR. 2005. Disponível em: <<http://www.poshistoria.ufpr.br/documentos/2005/Iltoncesarmartins.pdf>>. Acesso em 23 de maio 2016.

NERY, Arianne Câmara. **Considerações Sobre o Papel da Mídia no Processo Penal.** Monografia de conclusão de curso. Pontifícia Universidade Católica-PUC. 2010. Disponível em: <<http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/16733/16733.PDF>>. Acesso em 07 de jun. 2016.

NETTO, José Laurindo de Souza. **A motivação inadequada da decisão que decreta a prisão preventiva como elemento do estado de exceção.** In : *Revista Jurídica Luso Brasileira*, Ano 2 (2016), n° 3. Disponível em: <[http://www.cidp.pt/publicacoes/revistas/rjlb/2016/3/2016\\_03\\_0811\\_0842.pdf](http://www.cidp.pt/publicacoes/revistas/rjlb/2016/3/2016_03_0811_0842.pdf)>. Acesso em 23 de maio 2016.

NETTO, José Laurindo de Souza. **A Solução do Conflito entre a Liberdade de Expressão e o Direito à Privacidade Diante da Pretensão de Incensurabilidade Prévia da Imprensa.** In : *REVISTA Escola da Magistratura do Paraná / Medeiros, Marco André (Org.)*. Curitiba: M. Medeiros Editora, 2011

NUNES, Poliana Rollo. **Jornalismo de Revista: Análise dos critérios de noticiabilidade das capas da revista Época.** Monografia de Conclusão de Curso - bacharelado e comunicação social – habilitação em jornalismo. Centro Universitário de Belo Horizonte UNI-BH. Belo Horizonte, 2008. Disponível em: <[http://convergencia.jor.br/bancomonos/2008/poliana\\_nunes.pdf](http://convergencia.jor.br/bancomonos/2008/poliana_nunes.pdf)> acessado em: 18 de maio 2016.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação.** 5ª ed. São Paulo: Editora Vozes, 2007.

SOUZA, Artur César de. **A decisão do juiz e a influência da mídia.** Curitiba: Revista dos Tribunais, 2010.

SOUZA, Artur César de. **A parcialidade positiva do juiz e o justo processo penal.** Nova leitura do princípio da (im)parcialidade do juiz em face do paradigma da racionalidade do outro. Tese de doutorado. UFPR. 2005. Disponível em <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/teste/arqs/cp002549.pdf>>. Acesso em 3 de junho 2016.

WERTHEIN, Jorge. **A sociedade da informação e seus desafios.** Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v29n2/a09v29n2.pdf>>. Acesso em 17 maio 2016.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** 6.ed. Lisboa: Presença, 2001.