



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO

**Quésia Pereira Cabral**

**PODER PUNITIVO MUDIÁTICO:  
REFLEXOS DA GOVERNAMENTALIDADE NEOLIBERAL NA SOCIEDADE  
ESPETACULARIZADA DA INDÚSTRIA PENAL**

Belém-PA  
2014

QUÉSIA PEREIRA CABRAL

**PODER PUNITIVO MUDIÁTICO:  
REFLEXOS DA GOVERNAMENTALIDADE NEOLIBERAL NA SOCIEDADE  
ESPETACULARIZADA DA INDÚSTRIA PENAL**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Direito do Instituto de Ciências Jurídicas da Universidade Federal do Pará, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Direito.

Orientador: Professor Doutor Marcus Alan de Melo Gomes.

Belém-PA  
2014

QUÉSIA PEREIRA CABRAL

**PODER PUNITIVO MIDIÁTICO:  
REFLEXOS DA GOVERNAMENTALIDADE NEOLIBERAL NA SOCIEDADE  
ESPETACULARIZADA DA INDÚSTRIA PENAL**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Direito do Instituto de Ciências Jurídicas da Universidade Federal do Pará, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Direito.  
Orientador: Professor Doutor Marcus Alan de Melo Gomes.

Aprovada em: \_\_\_\_\_.\_\_\_\_.\_\_\_\_\_

Banca Examinadora

---

Professor Doutor Marcus Alan de Melo Gomes  
Orientadora (UFPA)

---

Professora Doutora Ana Cláudia Bastos de Pinho  
Membro (UFPA)

---

Professor Doutor Ivanilson Paulo Correa Raiol  
Membro (UNAMA)

A Deus, “porque dele e por ele, e para ele, são todas as coisas” (Romanos 11:36)

## AGRADECIMENTOS

A Deus, Eterno e Soberano, pela sua Graça e Misericórdia.

A Cristo Jesus, autor e consumidor da minha fé, pela morte que me trouxe vida.

Aos meus amados pais, Natanael e Eimar, pelo caminho apontado com suas próprias vidas. Obrigada por serem meus co-orientadores e por compartilharem momentos de aflição até altas horas da noite.

Ao meu marido Reginaldo, pela paciência, companheirismo e discernimento. Obrigada por dividir todos os momentos com inabalável bom humor. Amo você!

Às minhas amadas irmãs, Rebeca e Iasmin, pela amizade e parceria, pois nos momentos em que precisei estavam sempre comigo.

À Igreja Batista do Utinga, pelo apoio espiritual.

Ao meu orientador, professor Dr. Marcus Alan de Melo Gomes, pela inquestionável competência acadêmica disponibilizada desde os primeiros passos. Obrigada por acreditar no meu trabalho, pelos muitos livros emprestados e pela paciência.

Ao professor Dr. Jean-François Y. Deluchey, pela capacidade de associar simplicidade e competência sem perder o rigor científico. Pelas pequenas frases nos momentos de maior angústia.

Ao professor Dr. Ivanilson Paulo Corrêa Raiol, pelas inquietantes aulas de Direito Penal e Processo Penal na Universidade da Amazônia (UNAMA). Saiba que o senhor plantou a semente da pesquisa científica em mim.

À professora Dra. Ana Cláudia Bastos de Pinho, pelas pertinentes contribuições na qualificação e durante o Curso de Mestrado. Obrigada pelos alertas e pelo cuidado para que o meu trabalho não se transformasse em “conversa de mesa de bar”.

Às amigas Ana Paula e Wanúbya, por estarem presentes, mesmo diante das minhas ausências. Obrigada por “se apresentarem no quartel”. Obrigada por estarem sempre “prontas para”!

Ao amigo Walker Diego. Nenhum caminho é longo demais quando um amigo nos acompanha. Obrigada pela grande ajuda.

Às companheiras de jornada Michele e Emanuele. Michele, não sei o que seria de mim sem você!

À tia Regina Dórea, por estar sempre disposta a ajudar e não medir esforços. Obrigada pelas conversas e por acreditar na relevância do meu trabalho.

À querida Luciene, pessoa que aprendi a admirar e que tanto me auxilia.

À Telma e Lucivaldo, por serem verdadeiros irmãos em Cristo. Obrigada pelas inúmeras vezes que me ajudaram.

## RESUMO

O modelo de governamentalidade neoliberal, unido aos pressupostos advindos do conceito de indústria cultural e sociedade do espetáculo, parece ter transformado ideologicamente a mídia em uma agência do sistema penal. As agências de comunicação social, por sua vez, entrelaçadas à lógica de mercado, passam a fomentar um discurso repressivo de violência criminal, promovendo a metamorfose da informação em notícia-mercadoria e disseminando a cultura de agigantamento do sistema penal. Diante disso, a notícia sobre o crime também ganha o *status* de mercadoria a ser vendida pela indústria do entretenimento. Para que sua vendagem alcance níveis satisfatórios, faz-se mister explorá-la de maneira imagética e espetacularizada. A mídia, como o conjunto de meios de comunicação produzidos em massa e para a massa, deixa de ter a simples função comunicativa, passando a manipular os aparatos de punição e a exercer o próprio poder punitivo que, por essência, é estatal. Nesse contexto, a televisão se destaca como o instrumento de comunicação mais presente nos lares brasileiros. Essa presença fomenta a perspectiva de criminalização da própria pobreza e difunde a prática de uma violência ilegítima. Diante desse quadro, as agências midiáticas exercem o poder repressivo através da eleição de inimigos a serem combatidos. Tais inimigos caminham os passos da demonização do criminoso e são tratados como monstros centauros em uma díade paradoxal: indignos do convívio humano e necessários ao seu divertimento. O caso “cinematista da TV Bandeirantes” evidencia alguns aspectos dessa realidade. A análise do problema apresentado foi efetivada, sobretudo, com fundamento nos aportes teóricos de Michael Foucault, Adorno e Horkheimer, Guy Debord e Zaffaroni.

Palavras-chave: Indústria Cultural. Sociedade do Espetáculo. Neoliberalismo. Mídia. Criminalização.

## ABSTRACT

Neoliberalism associated with concepts that come from the cultural industry and society of entertainment seems to have ideologically transformed the media into an agency of the penal system. On the other hand, the agencies of social communication that intertwined with the logic of the market began to foster a repressive discourse of criminal violence lead to the metamorphosis of information into news-merchandise and spread the culture of exaltation of the penal system. Therefore, news about crime also impacts the status of merchandise to be sold by the entertainment industry. For the sale of the news to reach satisfactory levels, it is important that the news be explored both in imagery and spectacularized ways. The media, as a set of communication means that aims at mass production ceases to have simple communicative function and begins to manipulate the manner of punishment, as well as to exercise the punitive power that, in essence, is controlled by the state. In this context, television stands as the communication tool most prevalent in Brazilian homes. This presence promotes the idea of criminalization of poverty itself and spreads the practice of violence. Given this situation, media agencies exert repressive power through the enemies that are to be fought. Such enemies are akin to criminal demons and are treated as monsters in a paradoxical dyad: they are considered to be unworthy of human conviviality but, at the same time, are considered necessary for the entertainment of society. The case of the Bandeirantes TV's cameraman illustrates some aspects of this reality. The analysis of the problem presented was carried out mainly on the basis of theoretical contributions from Michael Foucault, Adorno and Horkheimer, Guy Debord and Zaffaroni

**Keywords:** Neoliberalism. Cultural industry. Society of entertainment. Agencies of social communication. Demonization of criminal. Punitive power of the media.



## SUMÁRIO

<b>1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS .....</b>	<b>10</b>
<b>2. NEOLIBERALISMO, INDÚSTRIA CULTURAL E SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS PARA ENTENDER A MERCANTILIZAÇÃO DA NOTÍCIA SOBRE O CRIME.....</b>	<b>15</b>
<b>2.1. O modelo neoliberal: uma pequena síntese .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2. Foucault: neoliberalismo como a nova arte de governar .....</b>	<b>18</b>
<b>2.3. Indústria Cultural e Sociedade do Espetáculo.....</b>	<b>22</b>
2.3.1. Escola de Frankfurt.....	23
2.3.2. Adorno e Horkheimer: a Indústria Cultural .....	24
2.3.3. Guy Debord e a Sociedade do Espetáculo .....	40
<b>3. DE COMO A NOTÍCIA SOBRE O CRIME SE TRANSFORMOU EM MERCADORIA .....</b>	<b>55</b>
<b>3.1. A Televisão como simulacro da realidade.....</b>	<b>57</b>
3.1.1. O noticiário e as regras de manipulação .....	60
3.1.2. O telejornal (uma forma de observar a realidade televisionada) .....	62
<b>3.2. Neoliberalismo, Indústria Cultural e Sociedade do Espetáculo: a televisão em seu contexto .....</b>	<b>68</b>
3.2.1. Consequências do contexto neoliberal: a notícia-mercadoria superficial e fragmentada.....	70
3.2.2. A notícia como mercadoria: da cultura de massa à imprensa de massa e o reino da imagem .....	74
3.2.3. O “crime vende”: o telejornalismo sensacional sob a égide da notícia mercantilizada, massificada e espetacularizada.....	78
<b>4. A MÍDIA COMO AGÊNCIA DO SISTEMA PENAL E O PODER PUNITIVO MIDIÁTICO SOB A ÉGIDE DO MERCADO ESPETACULARIZADO DA “INDÚSTRIA PENAL” .....</b>	<b>85</b>
<b>4.1. A tendência da eleição de inimigos e o poderio instalado do “discurso vingativo dos meios de comunicação de massa”: poder punitivo, um pouco de história .....</b>	<b>87</b>
<b>4.2. Poder punitivo midiático .....</b>	<b>97</b>
4.2.1. A mídia e a eleição do inimigo: exercendo o poder punitivo .....	99
<b>4.3. Televisão, leis de Mercado e o espetáculo da “indústria penal”: um caso concreto .....</b>	<b>113</b>
a) Caso cinegrafista da TV Bandeirantes: um resumo dos fatos .....	114
b) O comportamento da mídia .....	115
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>120</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>126</b>

## 1. CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Em tempos antigos, os centauros viviam alegremente. Eram admirados e glorificados entre os homens que acreditavam nos seus poderes relacionados à fertilidade. Mas o mundo se transformou e houve tempos de recusa, obrigando que centauros, quimeras, unicórnios, lobisomens e homens de pés de cabra se refugassem em florestas e em outros lugares ermos. A população desses seres míticos fora dizimada ou reduzida de tal forma a se confundir com outros espécimes da natureza.

Só restara um único o centauro, condenado por milhares de anos a vagar sem rumo, caminhando durante a noite e dormindo durante o dia para se proteger dos ataques humanos. Um cavalo que era homem, um homem que era cavalo. Um monstro. Um ser que deveria ser expurgado do meio social, morto, não obstante insistisse em manter-se vivo. Decerto, ele nada fizera para merecer tal penalidade cruel, seu gênio dócil e temerário não se compatibiliza com condutas contrárias as boas práticas legais e morais. Porém, a conduta da sociedade se alterou e sem ao menos conhecê-lo verdadeiramente, ele foi julgado e condenado a exílio.

Ao andar por um lugar descampado a luz do sol, o centauro é visto e atacado por alguns homens que não conseguem impedir a fuga, mas que lhe cravam mais uma marca de confronto, que irá compor tantas outras cicatrizes trazidas consigo no corpo animal. Quando, enfim, ele parece chegar a seu destino, a sua origem pátria, após anos de caminhadas entre fronteiras estrangeiras, ele se depara com uma mulher e se encanta instantaneamente. Em um instinto animal, ele a toma nos braços e foge à galope com a moça, que parecia apavorada com a esdrúxula figura.

Eles são vistos e novamente o centauro é perseguido pela população da região, mas ele é veloz e experiente como nenhum outro animal poderia ser e consegue manter uma distância razoável de seus algozes. A mulher então é liberada de seu cárcere momentâneo, mas para surpresa de todos, ela não demonstra medo do centauro e pede que ele a envolva. Nesse momento, o ser mitológico resolve se afastar da mulher e fugir por não visualizar o seu homem completo sem o hibridismo que compõe seu ser. Assim, todos tomaram conhecimento da sua existência. A mídia o encontrou:

Naquela noite, todo o país soube da existência do centauro. O que primeiro se julgara ser uma história inventada do outro lado da fronteira com intenção de desfrute, tinha agora testemunhas de fé,

entre as quais uma mulher que tremia e chorava. Enquanto o centauro atravessava esta outra montanha, saía gente das aldeias e das cidades, com redes e cordas, também com armas de fogo, mas só para assustar. É preciso apanhá-lo vivo, dizia-se<sup>1</sup>.

Exércitos e helicópteros foram convocados em busca de sua captura, até que em uma emboscada ele foi morto, não sem antes experimentar a separação do homem e do cavalo. Um golpe certo com uma lâmina de pedra pôs termo a imortalidade que lhe fora dada pelos deuses e que por uma fração de tempo ínfima, antes do fim, transformou o centauro em homem inteiro – ou seria metade de um homem?

Sem dúvida, esse conto traz á baila, como em tantos outros textos de José Saramago, uma alegoria. Uma história fictícia que pode ser compreendida não apenas de por meio de um, mas de vários ângulos interpretativos e literários. No conto Centauro, narra-se o que seria a história de vida da última espécie *metade homem e metade cavalo* sobrevivente. Um ser fantástico que é apresentado ao público leitor, mas que curiosamente não revela nome, nacionalidade ou mesmo razão de existir.

Da mesma forma, especificamente no âmbito do Direito Penal, a governamentalidade neoliberal parece fazê-lo voltar seus olhos para o “outro”; o “inimigo”; o “monstro centauro”; “não consumidor”; que ataca muito mais que a própria lei: ataca a “vítima-consumidora” e isto é intolerável! Se, na lógica de mercado, o objetivo é a prevenção do risco, não seria diferente no terreno da criminologia, passando-se a reprimir de maneira “*exemplar*” os comportamentos antissociais e a antecipar futuros comportamentos transgressores, aumentando-se o leque de crimes de perigo abstrato.

Nessa seara, configura-se, aparentemente, uma espécie de compromisso firmado entre a razão neoliberal e o papel da mídia, que, cada vez mais, parece se adequar e ocupar os espaços deixados por este modelo de governamentalidade. Está-se diante de um possível casamento, um enlace, um comprometimento que vai além do que os olhos podem alcançar. Mostra-se, dessa forma, o que Garapon<sup>2</sup> aponta como sendo parte das “novas formas de desumanização”, dentre as quais se destacam a violência midiática, tão comum em proceder ao esvaziamento da condição humana.

---

<sup>1</sup> SARAMAGO, José. *Objecto Quase*. Rio de Janeiro, Companhia das Letras, 1998, p. 126.

<sup>2</sup> GARAPON, Antoine. *La Raison du moindre État. Le néolibéralisme et la justice*, Paris, Odile Jacob, 2010, p. 150.

A mídia parece assumir, neste quadro, o papel de fomentar e executar essa nova arte de governar. O poder punitivo legitimamente exercido pelo Estado passaria a ser controlado e exercido pelas agências midiáticas que podem ser capazes de, em poucos passos, destruir as garantias constitucionalmente asseguradas ao criminoso. Diante dessa concepção, o objeto da presente pesquisa é o poder punitivo midiático. Por conseguinte, a questão de pesquisa, em tese respondida, materializa-se na seguinte indagação: em que medida as agências midiáticas, por meio do discurso repressivo, estariam comprometidas com a lógica mercadológica neoliberal e exerceriam o poder punitivo que, por essência, é estatal?

Para responder a esta indagação, contou-se com as contribuições teóricas de Michael Foucault, Adorno e Horkheimer e Guy Debord. O primeiro, com a obra *Nascimento da Biopolítica*, traz o conceito de neoliberalismo, associando-o a uma nova arte de governar: uma arte de governar o menos possível, através de um governo frugal, que elege o mercado como instrumento de construção da verdade (ou do que deve ser entendido como verdade). Adorno e Horkheimer, por sua vez, por meio de sete seções distintas na obra *Dialética do Esclarecimento*, trouxeram as bases do conceito de indústria cultural, onde a sobrevalorização de mercadorias condiciona socialmente o homem. E, finalmente, Guy Debord, através do conceito de sociedade do espetáculo, demonstra o predomínio da imagem sobre coisas e pessoas.

A singular ligação entre os meios de comunicação e o sistema penal é reforçada pelo esquematismo da indústria cultural e sua inegável previsibilidade. Clichês midiáticos invadem ciclicamente a mentalidade daqueles que são tomados pela notícia transformada em mercadoria. Na cultura do adestramento a possibilidade de escolher o diferente constitui uma miragem. Quem escolhe diferente é estrangeiro e, por conseguinte, será punido com a insuficiência econômica. Assim, a sociedade está fadada a repetir aquilo que é sempre o mesmo. E o mesmo, no contexto criminal, é coadunar com o entretenimento advindo da indústria da diversão penal.

Como uma espécie de inversão da própria vida, a linguagem oficial é paulatinamente decomposta em imagem: tudo se resume à aparência. O diálogo passa a ser repudiado e a sociedade moderna se tornou prisioneira de um espetáculo em que a mercadoria ocupa todos os espaços. O ser humano, como vedete desse espetáculo, consome todas as indulgências por ele fabricadas, com o intuito de saciar as pseudonecessidades criadas pelo sistema. No mundo em que tudo é banalizável, comunica-se o incomunicável e enxergar a

própria realidade é uma tarefa quase impossível. No mundo em que tudo é imagetivamente consumível, o crime e a notícia sobre ele também compõe as pseudonecessidades a serem satisfeitas.

Nesse contexto, o objetivo principal da pesquisa é identificar, no discurso repressivo midiático, o exercício de uma violência ilegítima e o fortalecimento da noção de crime como mercadoria para, então, analisar a transformação da mídia em agência do sistema penal e demonstrar sua relação com a prática do poder punitivo. Para alcançar este intento, os objetivos específicos perpassam os seguintes aspectos: identificação das principais características da razão neoliberal, especialmente segundo Michael Foucault. Em seguida, o intuito é relacionar o discurso neoliberal aos conceitos de “indústria Cultural” (Adorno e Horkheimer) e “Sociedade do Espetáculo” (Guy Debord), localizando o papel das agências midiáticas, a partir de Zaffaroni, na eleição de inimigos a serem combatidos e, finalmente, tomando como parâmetro um caso concreto, apresentar a principal consequência da adoção da lógica economicista neoliberal, fomentada pela mídia, ao Estado Democrático de Direito.

Destarte, a hipótese que se levanta na presente pesquisa, a partir do diálogo com os mencionados interlocutores, é a de que as agências midiáticas, por meio de um discurso repressivo, aparentemente, praticam a violência ilegítima que o Estado (autointitulado Democrático de Direito e, em tese, detentor do poder punitivo) não pode exercer e, com isso, retroalimentam a razão neoliberal naquilo que afeta a preponderância da lógica de mercado, dividindo homens em categorias de consumidores e não consumidores e, por conseguinte, em delinquentes e cidadãos.

Trata-se, neste sentido, de uma pesquisa teórica, de caráter indutivo, fundamentada, sendo assim, em dados secundários: pesquisa bibliográfica e documental. A partir da pesquisa bibliográfica, com o escopo de responder a questão de pesquisa supracitada, efetivou-se o cotejo com documentos da imprensa local e nacional. Sendo assim, os procedimentos metodológicos que subsidiaram o desenvolvimento do debate suscitado por este estudo podem ser explicitados da seguinte maneira: busca por obras e documentos relacionados ao tema; organização de documentos selecionados; comparação de dados da imprensa local e nacional; debate acerca do problema de pesquisa e objetivos traçados.

Com o fito de alcançar este intento, o trabalho foi estruturado em três capítulos. No capítulo inaugural, os pressupostos teóricos do neoliberalismo, da indústria cultural e da sociedade do espetáculo são apresentados. No capítulo seguinte, o debate gira em torno de

como a notícia sobre o crime se transformou em mercadoria. Nele o conceito de mídia é abordado e a televisão é erigida como o principal representante dos meios de comunicação (recorte metodológico), bem como o crime é visualizado sob as lentes da notícia mercantilizada, massificada e espetacularizada. Finalmente, no último capítulo, o poder punitivo midiático é apresentado a partir da eleição de inimigos e seu exercício é demonstrado através da demonização do criminoso e do consequente agigantamento do sistema penal.

Tomados os devidos esclarecimentos, se a mídia é capaz de manipular e mover os aparatos de punição, tanto por meio de mensagens explícitas, como mensagens implícitas, utilizando-se das mais variadas expressões, passando, então, a ser fundamental na escolha daqueles que serão alcançados pelo sistema punitivo estatal, resta cristalino que a presente dissertação pode contribuir para a seara científica, na medida em que poucos estudos<sup>3</sup> foram realizados no sentido de efetivamente estabelecer a relação entre a o modelo de governamentalidade neoliberal e a mídia no exercício do poder punitivo. Logo, ante a tênue literatura acerca do objeto desta pesquisa, indelével se torna a contribuição científica.

Ainda no âmbito das contribuições, não se pode olvidar a relevância social da mesma. Ora, se o poder punitivo, essencialmente Estatal, realmente estiver sendo exercido e/ou controlado pelas agências midiáticas, como mais um tentáculo de sua mão invisível, desvela-se o cerne de uma prática escamoteada de repressão criminal absurdamente contrária ao modelo constitucional. Sob a égide pessoal, representa o fruto de inquietações referentes às consequências que o modelo de governamentalidade neoliberal podem trazer ao Estado Democrático de Direito.

Por derradeiro, apresenta-se as considerações finais, tomando como referência toda rede conceitual teórica estruturada pelos pressupostos teóricos dos interlocutores eleitos. Retomando a questão de pesquisa, evidencia-se a consolidação dos objetivos específicos, que geraram substratos suficientes para que a mesma fosse, em tese, respondida adequadamente. Além disso, o tema é reproblematicado, lançando novos questionamentos, suscitando a realização de futuras pesquisas.

---

<sup>3</sup> Em pesquisa exploratória foram localizados apenas um artigo publicado na Revista “Discursos Sediciosos”, com o título “Mídia e Sistema Penal no Capitalismo Tardio”, de autoria de Nilo Batista e o capítulo 6 da obra “Decisão Penal: a bricolagem de significantes de Alexandre Morais da Rosa.

## **2. NEOLIBERALISMO, INDÚSTRIA CULTURAL E SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS PARA ENTENDER A MERCANTILIZAÇÃO DA NOTÍCIA SOBRE O CRIME.**

Consagrado como verdadeira reação político-teórica ao modelo *Welfare State* e intervencionista, o neoliberalismo surge na Europa e América do Norte com o término da segunda guerra mundial. Foi em 1944, com o texto *O Caminho da Servidão*, que Friedrich Hayek, com o intuito de censurar o Partido Trabalhista inglês, impulsionou os ditames neoliberais. Em seu texto, o referido teórico traçava veementes críticas a todo e qualquer tipo de limitação que o Estado pudesse oferecer ao mercado, chegando a comparar a socialdemocracia ao nazismo alemão.

Mas, o que efetivamente vem a ser o modelo *neoliberal*? Que premissas o fazem ser o que é? O que são *mercado* e *governamentalidade*? Tais indagações serão objeto de reflexão nesse capítulo inaugural do trabalho. Contudo, faz-se mister destacar que a finalidade não é adentrar a pormenores do contexto de surgimento do neoliberalismo – sobretudo porque o referencial teórico adotado é representado pelas contribuições oriundas dos conceitos de indústria cultural (Adorno e Horkheimer) e sociedade do espetáculo (Guy Debord) – mas sim trazer à baila seus fundamentos, para que então se perquiria acerca do discurso repressivo televisivo e do fortalecimento da noção de crime como mercadoria.

Neste sentido, o objetivo inicial é apenas situar o problema analisado no contexto do neoliberalismo. Dessa forma, buscar-se-á descortinar a maneira pela qual o modelo neoliberal se consagrou. Tem-se, entretanto, que a pretensão não é traçar um longo histórico acerca do modelo neoliberal, e sim apresentar as principais características do mesmo, ressaltando os princípios que o constituem.

Com a contextualização efetuada, desnuda-se a tese neoliberal e trazem-se à baila as contribuições de Michel Foucault, para quem o neoliberalismo representa uma nova arte de governar. Tal governamentalidade, totalmente imbricada com a lógica de mercado, parece oferecer subsídios para a discussão acerca dos conceitos de sociedade do espetáculo (Guy Debord) e indústria cultural (Adorno e Horkheimer), discussão esta que propiciará a inserção da mídia no debate.

## 2.1. O modelo neoliberal: uma pequena síntese

Indubitavelmente, muito se tem comentado, no âmbito acadêmico, acerca do apogeu e supremacia do neoliberalismo em escala global. Segundo Carcanholo<sup>4</sup>, o neoliberalismo é tido como “a única forma de interpretação do mundo capaz de dar conta desta nova fase da sociedade, normalmente chamada de globalização”. Está-se diante daquilo que poderia se chamar de *pensamento único*, na medida em que a ninguém é dado direito de discordar, sob pena de receber as mais pífias alcunhas mencionadas pelo autor em comento, tais como: "dinossauros temerosos dos novos tempos", "esquerdistas órfãos de qualquer ideologia", "nacionalistas ultrapassados e mal-humorados", "viúvas do socialismo" e "esquerda burra". Seriam, neste sentido, membros da comunidade do "neobobismo", conforme nomenclatura dada pelo ex-presidente brasileiro Fernando Henrique Cardoso<sup>5</sup>.

Dessa forma, a fim de que o paradigma neoliberal seja efetivamente descortinado e sem que, com isso, se faça uma precipitada análise do tema em questão, faz-se necessário fugir dos clichês midiáticos. Urge a necessidade de buscar os fundamentos e princípios que dão azo a expansão de seus tentáculos no contexto mundial. Mas, de que, em síntese, trataria a proposta neoliberal? Não se trata de uma questão apenas terminológica, nas palavras de Sodré<sup>6</sup>, “trata-se em primeiro lugar, de uma drástica redução do Estado como instrumento de gestão política e econômica”.

De acordo com a tese ventilada pelo autor, o contexto de surgimento do neoliberalismo segue a lógica do fracasso do Estado que, por um lado, resumia suas ações na busca pela contenção da inflação e, por outro, era frequentemente desmoralizado pela corrupção. Assim, ambos os fatores contribuíram para descrença no próprio aparelho estatal. Nesse diapasão, outra alternativa não se apresentou senão a rendição ao *mito do mercado*:

(...) o Estado deveria ceder todo espaço ao mito do mercado, com área autônoma e geradora dos remédios indispensáveis à cura dos nossos males. As reformas necessárias surgiriam como consequência natural

<sup>4</sup> CARCANHOLO, Marcelo Dias. Neoliberalismo e o Consenso de Washington: a verdadeira concepção de desenvolvimento do governo FHC. In: MALAGUTI, Manoel L; CARCANHOLO, REINALDO A. & CARCANHOLO, Marcelo D. (org.). Neoliberalismo: a tragédia do nosso tempo. São Paulo: Cortez, 2000, p. 15.

<sup>5</sup> “Só quem não tem nada na cabeça é que fica repetindo que o governo só se preocupa com o mercado, que é neoliberal. Isso é neobobismo”. Declaração do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso publicada nos jornais *O Globo* (p.5) e *Jornal do Brasil* (p.8), em 25.03.1997. Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/fernando-henrique-cardoso/discursos-1/1o-mandato/1997-1o-semester/24-de-marco-de-1997-discurso-na-cerimonia-de-posse-do-conselho-consultivo-do-programa-comunidade-solidaria>. Acesso em 25.07.2013.

<sup>6</sup> SODRÉ, Nelson Werneck. A farsa do neoliberalismo. Rio de Janeiro: Graphia, 1996, p. 40.



do "livre jogo de forças" estabelecido pela hegemonia absoluta do mercado<sup>7</sup>.

Antes, porém, de adentrar aos pormenores acerca do *mito do mercado*, condição indispensável é fazer um retrospecto daquilo que chamamos de neoliberalismo.

Muito embora sua gênese possa ser encontrada nos *Chicago-boys*, grupo de economistas chilenos que teriam formulado a política econômica de Augusto Pinochet, mais tarde denominada por Friedman como o “milagre chileno”<sup>8</sup>, de acordo com Carcanholo<sup>9</sup> a concretização do neoliberalismo ocorreu na virada da década de 70 para a de 80. Segundo o autor, a eleição dos governos conservadores de Margareth Thatcher, na Inglaterra em 1979, e de Ronald Reagan, em 1981, são fatores que confirmam essa afirmação. Dessa forma:

Durante toda a década de 80, assistiu-se a uma enorme expansão desse tipo de perspectiva por causa da revitalização do liberalismo como reação político-ideológica à crise dos anos 70, da ineficácia do Estado em controlar essa crise, da funcionalidade e adequação do neoliberalismo para a classe dominante e, evidentemente, da derrocada do socialismo real<sup>10</sup>.

Em linhas gerais, de acordo com o que preleciona o autor em comento, houve um estreitamento da relação entre países, tanto no que se refere ao setor produtivo, quanto nos fluxos comerciais e financeiros. Está-se diante de um novo paradigma de entrelaçamento entre as nações. Está-se diante de um fenômeno conhecido pelo nome de *globalização*. Dessa forma, o solo ficou propício ao desenvolvimento do neoliberalismo, que se apresentou como a única maneira de propiciar às nações “um lugar privilegiado no *trem da história*”<sup>11</sup>. É o que assevera Ianni<sup>12</sup>:

Nessa perspectiva, a mundialização seria um desdobramento possível, necessário e inevitável do processo de modernização inerente ao capitalismo, entendido como um processo civilizatório destinado a realizar uma espécie de coroamento da história da humanidade... Na esteira da modernização colocam-se a evolução e o crescimento, o desenvolvimento e o progresso, sempre no âmbito da sociedade de mercado, do capitalismo. Uma ideia antiga, já presente nos primórdios do liberalismo e do positivismo, readquire vigência e força no âmbito

<sup>7</sup> Ibid., p. 41.

<sup>8</sup> “(...) o *chicago-boy* coloca a economia tão simplesmente como uma técnica que deve obedecer friamente determinadas regras, tidas como universais e absolutas”. Ibid., p. 41.

<sup>9</sup> CARCANHOLO, op. cit. p.16.

<sup>10</sup> Ibid., p. 16.

<sup>11</sup> CARCANHOLO, op.cit. p.17.

<sup>12</sup> IANNI, Octávio. Teorias da Globalização. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1996, p. 82.

dos problemas práticos e teóricos suscitados pela globalização do capitalismo.

Nessa esteira de raciocínio, Carcanholo<sup>13</sup>, com fundamento na concepção de Rounds<sup>14</sup>, apresenta quatro premissas básicas do pensamento neoliberal: *individualismo*; *harmonização*; *mercado* e *não intervenção*. O individualismo representa a necessidade de tomar decisões pautadas única e exclusivamente no interesse próprio. Assim, toda relação, seja ela política, econômica ou social só pode ser explicada em termos do interesse próprio. A harmonização, por sua vez, é tida como corolário das interações balizadas pelo interesse próprio. Agir por interesse próprio faz parte da ordem natural das coisas e, portanto, ao invés de provocar o caos, gera harmonia.

O mercado, que recebe grande destaque no pensamento neoliberal, representa o lugar onde as interações acontecem. O lugar no qual estão em jogo diversos interesses individuais e, por conseguinte, o *locus* de preservação da ordem natural. Daí a quarta e última premissa, que representa a *não intervenção*, na medida em que qualquer interferência externa a esse mercado seria indesejável, pois desestabilizaria a ordem natural das coisas. Tais premissas compõe o alicerce do pensamento neoliberal, sendo as demais questões, meras consequências da adoção destes princípios.

## 2.2. Foucault: neoliberalismo como a nova arte de governar

Desnuda-se a tese de que o Mercado representa a única forma de coordenar problemas de ordem econômica ou política. Dessa forma, seu programa de ação materializa, por meio de seu contexto de surgimento, uma teoria a ser abraçada universalmente, na medida em que todos os males da humanidade vislumbram resolução por meio do Mercado, que deixa de ser um instrumento de jurisdição (o lugar cujo objetivo era o de estabelecer o preço justo) e passa a ser compreendido como um “lugar de verificabilidade/falsificabilidade para a prática governamental”<sup>15</sup>, ou seja, um espaço de verificação.

<sup>13</sup> CARCANHOLO, op.cit. p.18.

<sup>14</sup> ROUNDS, Daniel. Neoliberalism in Latin America. A critique in the framework of Karl Polanyi. In: The international Relations Journal, winter 1995. San Francisco State University, 1995, (<http://psirus.sfsu.edu/IntRel/IRJournal/wi95/w95neoliberalism.html>)

<sup>15</sup> FOUCAULT, Michael. Nascimento da Biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008, p. 45.

Tais premissas, de aparente difícil compreensão, fazem parte da concepção biopolítica de Michael Foucault, cujas formulações podem ser encontradas em duas obras: *Segurança, território, população* e *Nascimento da biopolítica*. As publicações referem-se a dois cursos ministrados no Collège de France, entre os anos de 1977 e 1979, responsáveis pela apresentação de um novo estilo de governo, com uma nova arte de governar, uma *governamentalidade*, entendida como:

(...) o conjunto constituído pelas instituições, procedimentos, análises e reflexões, os cálculos e as táticas que permitem exercer essa forma bastante específica, embora muito complexa de poder que tem por alvo principal a população, por principal forma de saber a economia política e por instrumento técnico essencial os dispositivos de segurança. Em segundo lugar, por ‘governamentalidade’ entendo a tendência, a linha de força que, em todo o Ocidente, não parou de conduzir, e desde há muito, para a preeminência desse tipo de poder que podemos chamar de ‘governo’ sobre todos os outros – soberania, disciplina – e que trouxe, por um lado, [e, por outro lado], o desenvolvimento de toda uma série de saberes. Enfim, por ‘governamentalidade’, creio que se deveria entender o processo, ou antes, o resultado do processo pelo qual o Estado de justiça da Idade Média, que nos séculos XV e XVI se tornou o Estado administrativo, viu-se pouco a pouco ‘governamentalizado’<sup>16</sup>.

Dando continuidade a análise da *governamentalidade*, Foucault efetua a abordagem do liberalismo e do neoliberalismo. O primeiro não é considerado pelo autor sob a perspectiva ideológica ou, ainda, como uma forma de representação social, mas sim examinado sob a égide de representar um tipo de arte de governar. O segundo tema, por sua vez, é estudado a partir da vivência alemã e norte-americana. As referidas abordagens possuem indeléveis distinções, contudo, o objetivo do presente trabalho é demonstrar parâmetros e características em comum, ao que o próprio autor resume:

O que é portanto esse neoliberalismo? Na última vez, procurei lhes indicar pelo menos qual era o seu princípio teórico e político. Procurei lhes mostrar como, para o neoliberalismo, o problema não era em absoluto saber, da mesma maneira que no liberalismo do tipo Adam Smith, no liberalismo do século XVIII, como no interior de uma sociedade política já dada, era possível recortar, asranjar um espaço livre que seria o do mercado. O problema do neoliberalismo é, ao contrário, saber como se pode regular o exercício global do poder político com base nos princípios de uma economia de mercado. Não se trata, portanto, de liberar um espaço vazio, mas de relacionar, de referir, de projetar numa arte geral de governar os princípios formais

---

<sup>16</sup> FOUCAULT, Michel. *Segurança, Território, População*. Curso dado no Collège de France (1977 - 1978). São Paulo: Martins Fontes, 2008, p. 143-144.

de uma economia de mercado. É esse, a meu ver, o desafio. E eu havia procurado lhes mostrar que, para conseguir fazer essa operação, isto é, saber até que ponto e em que medida os princípios formais de uma economia de mercado podiam indexar uma arte geral de governar, os neoliberais haviam sido obrigados a fazer o liberalismo clássico passar por certo número de transformações<sup>17</sup>.

Percebe-se, levando em consideração o conceito resumido por Foucault, que, ao contrário daquilo que se ouve falar acerca do neoliberalismo, este tipo de governamentalidade não é entendido simplesmente como um modelo de Estado mínimo. É, outrossim, uma espécie de Estado que deve permanecer em constante vigilância para que os princípios de uma economia de mercado possam efetivamente vigorar na sociedade.

Essa nova arte de governar tem por função limitar do interior o exercício do poder de governar, inovando em mecanismos, efeitos e princípios. Trata-se da “arte de governar o menos possível”<sup>18</sup>, uma espécie de governo frugal (mínimo), sendo esta frugalidade justamente o princípio regulador dessa nova razão de Estado. Segundo o autor, existe uma conexão entre economia política e razão de Estado; entre prática de governo e regime de verdade<sup>19</sup>.

Assim é que, na Idade Média (séculos XVI e XVII) o Mercado era reconhecidamente um lugar de regulamentação e justiça distributiva, na medida em que a essência das relações mercadológicas girava em torno de se desvelar o justo preço das coisas e, por conseguinte, garantir a ausência de fraudes, bem como a proteção do comprador. Daí porque Foucault designou este tipo de Mercado como sendo o lugar de jurisdição. A mudança na razão governamental reside exatamente neste ponto.

Dessa forma, em meados do séc. XVIII, o Mercado passou a obedecer mecanismos naturais e espontâneos, mecanismos estes possibilitadores da formação não mais de um justo preço, mas sim do “preço normal” ou “bom preço”<sup>20</sup>, que era responsável por adequar custo de produção e extensão da demanda. Este preço natural é chamado

---

<sup>17</sup> FOUCAULT, Michael. Nascimento da Biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008, p. 181.

<sup>18</sup> Ibid., p. 40.

<sup>19</sup> Ibid., p. 41.

<sup>20</sup> Ibid., p. 44.

metaforicamente de preço verdadeiro e, mesmo que em um dado momento ainda receba a alcunha de justo preço, “não traz consigo, em absoluto, essas conotações de justiça”<sup>21</sup>.

Neste sentido, o debate gira em torno de uma questão salutar, a saber, a noção de que o Mercado não é apenas um lugar de domínio de jurisdição, mas sim o *locus* da formação da verdade (lugar de verificação), bem como destaca a existência de limites no campo jurídico para o exercício de um poder público:

Em outras palavras, o mecanismo natural do mercado e a formação de um preço natural é que vão permitir - quando se vê, a partir deles, o que o governo faz, as medidas que ele toma, as regras que impõe – falsear ou verificar a prática governamental. Na medida em que, através da troca, o mercado permite ligar a produção, a necessidade, a oferta, a demanda, o valor, o preço, ect., ele constitui nesse sentido um lugar de verificação, quero dizer, um lugar de verificabilidade/falsifiabilidade para a prática governamental<sup>22</sup>.

Levando-se em consideração o pensamento de Foucault, o Mercado passa a ser entendido como o *locus* da formação da verdade, ou melhor, ele produz “algo que é como uma verdade”<sup>23</sup>. O padrão de verdade formulado pelo Mercado passa a refletir na prática governamental e, conseqüentemente, possibilita julgá-las como sendo corretas ou incorretas, nas palavras de Foucault, “o mecanismo natural do mercado e a formação de um preço natural é que vão permitir (...) falsificar ou verificar a prática governamental”<sup>24</sup>. Ainda segundo o filósofo francês:

O mercado deve dizer a verdade, deve dizer a verdade em relação à prática governamental. Seu papel de verificação é que vai, doravante, e de forma simplesmente secundária, comandar, ditar, prescrever os mecanismos jurisdicionais ou a ausência de mecanismos jurisdicionais sobre os quais deverá se articular<sup>25</sup>.

O governo, influenciado por este novo Mercado, portanto, será um bom governo, ainda que não esteja pautado nos ditames de justiça, devendo funcionar única e exclusivamente com base na verdade. Dessa forma, a economia política se habilita nesta seara conferindo ao governo o lugar no qual se deve buscar “o princípio da verdade de sua própria

---

<sup>21</sup> Ibid., p. 44.

<sup>22</sup> Ibid., p. 45.

<sup>23</sup> Ibid., p. 44.

<sup>24</sup> Ibid., p. 45.

<sup>25</sup> Ibid., p. 45.

prática governamental”<sup>26</sup>: o Mercado, general que comanda e dita os mecanismos de jurisdição, por meio dos quais o governo deve se articular.

Nesse desiderato, importante é compreender o que se entende por *mercado*. Tal categoria conceitual, nos moldes do que preceitua o autor em comento, pode ser apresentado, diante de todo o exposto, como o responsável pela formação da verdade no mundo contemporâneo. Trata-se de um conceito alegórico, representativo de uma instância em que se decide que trocas serão efetudas e o que será concebido como verdade. Um lugar no qual as mercadorias em jogo vão muito além dos objetos sabidamente comercializáveis.

Desse modo, salta aos olhos a celeuma fundamental dos Estados Modernos em qualquer aspecto, seja ele político, econômico ou jurídico: a ação balizada pelos interesses. As regras de mercado, tais como a lei da oferta e da procura, alastram-se em todos os setores da sociedade, desde a esfera mercantil até setores inusitados como a pesquisa acadêmica, com dispositivos e regras que privilegiam, por exemplo, a concessão de verbas para projetos que atendam as demandas do mercado.

Rememorando as características do neoliberalismo apresentadas por Carcanholo<sup>27</sup>, a saber, *individualismo, harmonização, mercado e não intervenção*, é possível ratificá-las a partir dos pressupostos foucaultianos. Está-se diante, portanto, da naturalização das regras de mercado que, acompanhada da noção de concorrência, corporifica o bojo de uma razão de Estado utilitarista. Assim, persegue-se a ampliação do modelo-empresa, a fim de que o mesmo seja efetivado e, por conseguinte, permita a instalação de uma verdadeira guerra, cuja meta é fazer valer os interesses individuais de cada setor da sociedade.

### **2.3. Indústria Cultural e Sociedade do Espetáculo**

A realidade vivida em termos de *mercado*, como sugere os ditames da governamentalidade neoliberal, nos leva a entender o mundo através da *mercadoria*, uma vez que não há como falar de um (*mercado*) sem falar do outro (*mercadoria*). Para melhor compreensão, importante destacar o conceito elaborado por Marx, para quem a mercadoria é estudada em função do *valor de uso* e do *valor de troca*, ou seja, como um objeto de consumo e como algo que pode ser trocado por outro:

---

<sup>26</sup> Ibid., p. 45.

<sup>27</sup> CARCANHOLO, op. cit.

A mercadoria é, antes de tudo, um objeto exterior, uma coisa que, pelas suas propriedades, satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie. Que essas necessidades tenham a sua origem no estômago ou na fantasia, a sua natureza em nada altera a questão. Não se trata tão pouco aqui de saber como são satisfeitas essas necessidades: imediatamente, se o objeto é um meio de subsistência, [objeto de consumo,] indiretamente, se é um meio de produção<sup>28</sup>.

Diante do conceito, a mercadoria ainda poderia ser vista com um olhar ingênuo. Assim, Marx alerta que “a primeira vista, uma mercadoria parece uma coisa trivial e que se compreende por si mesma. Pela nossa análise mostramos que, pelo contrário, é uma coisa muito complexa, cheia de sutilezas metafísicas e de argúcias teológicas”<sup>29</sup>. Eis o que autor denomina de *fetichismo*. O perigo está justamente na forma de *mercadoria*, que entrelaça economicamente a sociedade e cujo valor é definido pelo poder social de troca. Daí porque não passa de uma ilusão, ou melhor, de uma (falsa) realidade produzida pelo mercado.

Em torno desse quadro, uma interessante conexão pode ser feita com os conceitos de indústria cultural e sociedade do espetáculo, elaborados respectivamente por Adorno e Horkheimer, na obra *Dialética do Esclarecimento*; e por Guy Debord na década de 1960. Tais conceitos possuem ligação com a Escola de Frankfurt<sup>30</sup>, na medida em que ambicionam perquirir o momento no qual a lógica mercantil passou a estar presente em todas as ocasiões e dimensões da vida social. Daí porque é condição *sina qua non*, para o presente trabalho, trazer informações para melhor compreensão do tema.

### 2.3.1. Escola de Frankfurt

Segundo Souza<sup>31</sup>, a *Escola de Frankfurt*, tal como ficou conhecida, está intimamente ligada ao surgimento do Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt, no ano de 1923. Fundado por jovens pesquisadores, que publicavam seus textos em pesquisa social entre os anos de 1932 e 1941, o instituto contou com a participação de autores como Walter Benjamin, Erich Fromm, Theodor Adorno, Max Horkheimer, dentre outros. Tais pesquisadores foram obrigados a deixar a Alemanha com o apogeu do nazismo, deslocando-se para países como Inglaterra e Estados Unidos e regressando para Alemanha somente com o

<sup>28</sup> MARX, Karl. O capital. Vol I. Parte I. Capítulo I. p. 119.

<sup>29</sup> Ibid., p. 120.

<sup>30</sup> COELHO, Cláudio Novaes Pinto Coelho & CASTRO, Valdir José de. (orgs.). Comunicação e Sociedade do Espetáculo. São Paulo: Paulus, 2006, p. 13.

<sup>31</sup> SOUZA, Erisvaldo. A Renovação da Teoria da Indústria Cultural em Prokop. In: Indústria Cultural e Cultura Mercantil. MARQUES, Edmilson; SOUZA, Erisvaldo; SANTOS, Jean I. dos; VIANA, Nildo (org.) Rio de Janeiro: Corifeu, 2007, p. 45.

término da segunda grande guerra e, por conseguinte, retomando seus trabalhos no Instituto por volta do ano de 1950.

A primeira geração da *Escola de Frankfurt* tem como expoentes os autores Adorno e Horkheimer<sup>32</sup>. Dentre as questões debatidas pelos referidos pesquisadores, salta aos olhos o conceito de *indústria cultural*, desenvolvido em meados da década de 1940, com a obra *Dialética do Iluminismo* e publicado no Brasil com o título de *Dialética do Esclarecimento*. Com o mencionado conceito, desvela-se a preocupação exacerbada que os teóricos da primeira geração de Frankfurt possuíam em relação a “história do tempo presente”<sup>33</sup>, ou seja, ao período em que viviam: o século XX, com o crescente avanço tecnológico e científico que sabidamente o marcou.

Ora, inspirados pelos conceitos de *ideologia* e *alienação* desenvolvidos por Karl Marx<sup>34</sup>, Adorno e Horkheimer compreendem o homem do mundo industrializado como um ser que caminha para a irracionalidade, “pois a indústria cultural foi capaz de adestrar o homem a repetir de forma idêntica o que esta advoga, a partir da utilização da técnica”<sup>35</sup>. Assim, por meio dos aspectos *ideológico*, *econômico* e *estético*<sup>36</sup> os autores da primeira geração têm como alvo de suas preocupações a *cultura industrializada*. O século XX seria o palco da existência de uma verdadeira indústria de produtos culturais a serem consumidos pelas massas, sem qualquer distinção. Tudo isso por meio de um sistema articulado e estruturado pelo auxílio dos meios de comunicação.

### 2.3.2. Adorno e Horkheimer: a Indústria Cultural

Adotando-se a divisão efetuada por Steiner<sup>37</sup> e explicitada por Duarte<sup>38</sup>, pode-se afirmar que o tema da *indústria cultural* foi tratado por Adorno e Horkheimer por meio de sete seções distintas na obra *Dialética do Esclarecimento*. Muito embora estas seções não tenham sido explicitamente descritas pelos autores, levando-se em consideração o nível de complexidade das formulações desenvolvidas, entende-se necessário, para melhor compreensão do fenômeno estudado pelos autores, a análise a partir dos seguintes aspectos<sup>39</sup>:

<sup>32</sup> Ibid., p. 46.

<sup>33</sup> Ibid., p. 47.

<sup>34</sup> Ibid., p. 46.

<sup>35</sup> Ibid., p. 47.

<sup>36</sup> Ibid., p. 49.

<sup>37</sup> STEINERT. *Kulturindustrie*. Münster: Westfälisches Dampfboot, 1998.

<sup>38</sup> DUARTE, Rodrigo. *Teoria Crítica da Indústria Cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003, p. 50.

<sup>39</sup> Aspectos desenvolvidos por Steinert e explicitados por Duarte.



a) a indústria, a produção de mercadorias culturais; b) o “hobbysta” nas garras do “estilo” da indústria cultural; c) as origens históricas no liberalismo, cultura como adestramento, diversão como disciplina; d) a atualidade da confiscação (*Vereinnahmung*) – (sobre)viver como jogo de azar, a promessa de obediência; e) provimento autoritário e a liquidação do trágico; f) o indivíduo confiscado, propaganda; e; finalmente; g) cultura como reclame.

a) A indústria, a produção de mercadorias culturais.

Adorno e Horkheimer tomam como ponto de partida o fato de que o declínio da religião e de outros resíduos pré-capitalistas não resultou no *caos cultural*, tal como previam e temiam alguns teóricos. Ora, segundo o entendimento dos pesquisadores da *Escola de Frankfurt*, a expectativa não confirmada de *caos cultural* ocorreu justamente pela ascensão de um “sistema de cooptação ideológica, composto pelo cinema, pelo rádio e pelas revistas ilustradas”<sup>40</sup>. Assim, uma espécie de *sistema* oriundo de manifestações típicas do capitalismo tardio revelou-se como uma tendência mundial presente, sobretudo, com o advento do século XX, senão vejamos:

O cinema, o rádio e as revistas constituem um sistema. Cada setor é coerente em si mesmo e todos o são em conjunto. Até mesmo as manifestações estéticas de tendências políticas opostas entoam o mesmo louvor do ritmo de aço. Os decorativos prédios administrativos e os centros de exposição industriais mal se distinguem nos países autoritários e nos demais países<sup>41</sup>.

Neste sentido, cria-se uma forma de “falsa identidade”<sup>42</sup>, na medida em que “toda cultura de massas é idêntica”<sup>43</sup>, possui uma mesma estrutura, um mesmo parâmetro conceitual: o micro e o macro se confundem em uma suposta unidade. A arte não mais se apresenta como arte e sim como um *negócio*. Os indivíduos, jungidos pela *falsa identidade*, estão impossibilitados de qualquer expressão autônoma e consomem os produtos, de necessidade social duvidosa, oferecidos pela *indústria*. Assim, a partir de uma “demanda genérica”<sup>44</sup>, os produtos ofertados não correspondem efetivamente às necessidades individuais do público ao qual são ofertadas, mas, pelo contrário, representam as necessidades “da própria indústria e do sistema de exploração que a abriga”<sup>45</sup>.

<sup>40</sup> Ibid., p. 50.

<sup>41</sup> ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985, p. 99.

<sup>42</sup> Ibid., p. 100.

<sup>43</sup> Ibid., p.100.

<sup>44</sup> DUARTE, op. cit. p.51.

<sup>45</sup> Ibid., p. 51.

Ainda acerca daquilo que é ofertado pela *indústria cultural*, outro fator evidenciado por Adorno e Horkheimer diz respeito ao baixo nível dos produtos culturais padronizados pela *indústria*. Ora, segundo argumento apresentado pelos pesquisadores da *Escola de Frankfurt*, não é o público que deseja consumir produtos de baixíssima qualidade, mas sim o próprio sistema que, além de criar a falsa necessidade de consumo, se retroalimenta criando padrões que são aceitos sem qualquer resistência. O “lixo propositadamente produzido”<sup>46</sup> faz parte do verdadeiro “círculo da manipulação e da necessidade retroativa, no qual a unidade do sistema se torna cada vez mais coesa”<sup>47</sup>.

Outra preocupação, trazida à baila pelos autores em comento, refere-se à significação dada ao aparato tecnológico, em relação ao modelo econômico que lhes serve de gênese. Ora, ao mencionar a passagem ou evolução do telefone para o rádio, Adorno e Horkheimer consideram sintomática a permuta do capitalismo liberal para o monopolista. Dessa forma, o telefone representaria o modelo liberal, na medida em que possibilitava ao sujeito o efetivo desempenho de um papel. Por outro lado, o rádio trouxe consigo o poder de *democraticamente*<sup>48</sup> transformar a todos em ouvintes, “para entregá-los autoritariamente aos programas, iguais uns aos outros, das diferentes estações”<sup>49</sup>. O rádio, pois, teria o condão de extirpar todo e qualquer traço de espontaneidade do público.

Diante dessa noção de pertencimento com o capitalismo monopolista, Duarte<sup>50</sup> assevera que a *indústria cultural* se mostra “bastante dependente com relação aos setores impulsionadores da grande indústria, como o eletro-eletrônico, o siderúrgico e o petroquímico”<sup>51</sup>. Dessa forma, seriam as intenções subjetivas dos grandes poderosos da indústria do aço e do petróleo; da eletricidade e da química; as verdadeiras balizas da construção da tendência social objetiva. Tal relação de dependência corrobora ainda mais com a ideia de *falsa identidade* construída pelo sistema; da “unidade implacável da indústria cultural”<sup>52</sup>. Nas palavras de Adorno e Horkheimer:

A dependência em que se encontra a mais poderosa sociedade radiofônica em face da indústria elétrica, ou a do cinema

<sup>46</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 100.

<sup>47</sup> Ibid., p. 100.

<sup>48</sup> Adorno e Horkheimer se referem ao rádio como um instrumento “democrático”. O termo, segundo Duarte (Op. Cit.p.52), se refere ao “fato de que os dispositivos tecnológicos empregados pela indústria cultural possibilitam uma comunicação de massa”.

<sup>49</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 100.

<sup>50</sup> DUARTE, op. cit.

<sup>51</sup> Ibid., p. 52.

<sup>52</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 101.

relativamente aos bancos, caracteriza a esfera inteira, cujos setores individuais por sua vez se interpenetram numa confusa trama econômica. Tudo está tão estreitamente justaposto que a concentração do espírito atinge um volume tal que lhe permite passar por cima da linha de demarcação entre as diferentes firmas e setores técnicos<sup>53</sup>.

Nesse ponto os autores da primeira geração da *Escola de Frankfurt* fazem significativas observações a respeito das aparentes distinções entre os produtos ofertados pela *indústria cultural*. Ora, segundo os pesquisadores, as diferenças apresentadas entre uma e outra mercadoria não estão embasadas em propriedades físico-materiais, ou seja, não estão ligadas ao seu conteúdo. Em sentido diametralmente oposto, a verdadeira *hierarquia de qualidades*<sup>54</sup> está fundamentada na “utilidade para classificação, organização e computação estatística dos consumidores”<sup>55</sup>. Não há quem escape, na medida em que “para todos algo está previsto”<sup>56</sup>.

Dessa forma, muito embora exista a aparência de distinção entre produtos e, inclusive, essa aparente distinção seja acentuada e difundida, a verdade é que todos possuem a mesma espinha dorsal: “os produtos mecanicamente diferenciados acabam por se revelar sempre como a mesma coisa”<sup>57</sup>. Os sinais de distinção, neste sentido, servem tão somente para catalogar os consumidores em variados níveis e, por conseguinte, para determinar o comportamento daquele que se alimenta dos produtos ofertados pela *indústria cultural*. Ao tratar da distinção ilusória entre as categorias de mercadorias oferecidas, Adorno e Horkheimer consideram que os benefícios e prejuízos, apontados como traços distintivos dos produtos, servem, na realidade, “para perpetuar a ilusão da concorrência e da possibilidade de escolha”<sup>58</sup>.

Ainda de acordo com o pensamento dos autores, os meios de comunicação, especialmente a televisão, tendem para esta uniformização tão peculiar à *indústria cultural*:

A televisão visa uma síntese do rádio e do cinema, que é retardada enquanto os interessados não se põem de acordo, mas cujas possibilidades ilimitadas prometem aumentar o empobrecimento dos materiais estéticos a tal ponto que a identidade mal disfarçada dos

---

<sup>53</sup> Ibid., p. 101.

<sup>54</sup> Expressão utilizada por Adorno e Horkheimer. ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 102.

<sup>55</sup> Ibid., p. 101.

<sup>56</sup> Ibid., p.101.

<sup>57</sup> Ibid., p. 102.

<sup>58</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 102.

produtos da indústria cultural pode vir a triunfar abertamente já amanhã<sup>59</sup>.

Assim, materializando uma espécie de síntese do cinema e do rádio, surge o debate acerca da televisão como uma nascente tecnologia no século XX. Tal meio de comunicação traria consigo “o poder sinestésico do filme sonoro, mas com a característica de, a exemplo do rádio, flagrar os consumidores em sua privacidade doméstica”<sup>60</sup>.

b) o “hobbysta” nas garras do “estilo” da indústria cultural

Para compreender porque Steiner<sup>61</sup> intitula a segunda seção de “o ‘hobbysta’ nas garras do ‘estilo’ da indústria cultural”, Duarte<sup>62</sup> entende como necessário fazer uma célere abordagem acerca do conceito kantiano de *faculdade de julgar*. A leitura da obra *Crítica da Razão Pura*, sobretudo o capítulo concernente ao *esquematismo dos conceitos puros do entendimento*, seria de fundamental importância para a cognição da proposta trazida por Adorno e Horkheimer e se refere justamente ao elemento da doutrina transcendental da faculdade de julgar, especificamente no que tange as “condições sensíveis sob as quais as categorias (ou conceitos puros do entendimento) podem se referir a objetos externos”<sup>63</sup>. Vejamos a passagem de *Dialética do Esclarecimento* que remete o leitor ao *esquematismo kantiano*:

Em seu lazer as pessoas devem se orientar por essa unidade que caracteriza a produção. A função que o esquematismo kantiano ainda atribuía ao sujeito, a saber, referir de antemão a multiplicidade sensível aos conceitos fundamentais, é tomada ao sujeito pela indústria cultural. O esquematismo é o primeiro serviço prestado por ela ao cliente. Na alma devia atuar um mecanismo secreto destinado a preparar os dados imediatos de modo a se ajustarem ao sistema da razão pura. Mas o segredo está hoje decifrado. Muito embora o planejamento do mecanismo pelos organizadores dos dados, isto é, pela indústria cultural, seja imposto a esta pelo peso da sociedade que permanece irracional apesar de toda racionalização, essa tendência fatal é transformada em suas passagens pelas agências do capital do modo a aparecer como o sábio desígnio dessas agências. Para o consumidor, não há nada mais a classificar que não tenha sido antecipado no esquematismo da produção. A arte sem sonho destinada ao povo realiza aquele idealismo crítico. Tudo vem da consciência, em

<sup>59</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 116-117.

<sup>60</sup> DUARTE, op. cit. p. 53.

<sup>61</sup> Divisão efetuada por Steiner (STEINERT. *Kulturindustrie.*) e explicitada por Duarte (DUARTE, Rodrigo. Op. Cit.)

<sup>62</sup> DUARTE, op. cit. p. 53.

<sup>63</sup> *Ibid.*, p. 53.

Malebranche e Berkeley da consciência de Deus; na arte para as massas, da consciência terrena das equipes de produção.<sup>64</sup>

A longa citação parece ser caminho necessário para que não se perca a essência daquilo que é importante destacarmos, para efeito de melhor entendimento acerca do funcionamento da *indústria cultural*. Neste sentido, segundo Kant<sup>65</sup>, a capacidade humana tem a possibilidade de subsumir casos específicos a partir de regras gerais. Tal capacidade corresponde a uma espécie de talento peculiar capaz de distinguir aqueles que, simplesmente, conhecem as regras, daqueles que sabem aplicá-la corretamente. Contudo, subsumir intuições empíricas sob categorias seria, na realidade, uma questão um tanto quanto problemática, na medida em que nem sempre reside algo de empírico nas categorias.

Diante da heterogeneidade entre *intuições empíricas*, de um lado, e, de outro, *categorias*, o mundo externo ao sujeito só poderia ser conhecido por meio de uma confluência entre ambas. Contudo, Kant<sup>66</sup> assevera não ser possível o relacionamento de maneira direta entre a categoria e o fenômeno. Assim, resta clara a necessidade de um elemento mediador, que deve ser puro, ou seja, sem qualquer dado empírico: está-se diante do *esquema transcendental* (fenômeno – mediação – categoria). A natureza do *esquema* mencionado por Adorno e Horkheimer (*esquematismo kantiano*<sup>67</sup>) é transcendental pelo caráter da temporalidade, entendida como “condição formal para apreensão da multiplicidade pelo sentido interno e da mesma natureza que a categoria”<sup>68</sup>.

*Esquemas*, portanto, de acordo com o entendimento de Kant, materializam, de maneira sucinta, *conceitos puros de entendimento* (ausência de elementos empíricos) e representam “as únicas e verdadeiras condições de proporcionar a esses uma relação a objetos e, com isso, significado”<sup>69</sup>. Sendo assim, o esquema possibilita a compreensão da categoria ou objeto. Nele o sujeito ocupa a função de mediador entre a multiplicidade sensível e os conceitos fundamentais. Eis a forma kantiana de conhecimento objetivo do mundo externo ao

---

<sup>64</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 103.

<sup>65</sup> KANT, Immanuel. *Crítica da Razão Pura*. SANTOS, Manuela Pinto dos; MORUJÃO, Alexandre Fradique (trad.). Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa, 2001.

<sup>66</sup> *Ibid.*, p. 217.

<sup>67</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 103.

<sup>68</sup> DUARTE, op. cit. p. 54.

<sup>69</sup> KANT, op. cit. p. 225.

sujeito. Justamente nesse ponto Adorno e Horkheimer utilizam o conceito de *esquematismo kantiano* o que, para Duarte<sup>70</sup>, tem o objetivo de:

(...) mostrar em que medida uma instância exterior ao sujeito, industrialmente organizada no sentido de proporcionar rentabilidade ao capital investido, usurpa dele a capacidade de interpretar os dados fornecidos pelos sentidos segundo padrões que originalmente lhe eram internos.

A partir dos pressupostos fornecidos pela teoria kantiana, os pesquisadores da primeira geração da *Escola de Frankfurt* corroboram que a *indústria cultural* usurpou o papel do sujeito. Ora, tomando como parâmetro o fato de que o significado dos conceitos fundamentais não mais é oferecido pelo sujeito, mas sim pelo novo esquematismo da indústria cultural, os produtos por ela oferecidos seguem um incrível padrão de previsibilidade: “(...) não somente os tipos das canções de sucesso, os astros, as novelas ressurgem ciclicamente como invariantes fixos, mas o conteúdo específico do espetáculo é ele próprio derivado deles e só varia na aparência. Os detalhes tornam-se fungíveis”<sup>71</sup>.

Como exemplos da referida previsibilidade, os autores apontam a música de massa e o cinema, com a invenção do filme sonoro na década de 20. Ora, em sentido diametralmente oposto ao da arte autônoma (momento do imprevisto), na música de massa, o tema pode ser facilmente predito por um ouvido “bem treinado”<sup>72</sup>, desde os primeiros acordes. Para Adorno e Horkheimer, o cinema, por sua vez, teria transformado a mercadoria cultural em um prolongamento da vida cotidiana, repleto de “clichês prontos para serem empregados arbitrariamente aqui e ali e completamente definidos pela finalidade que lhes cabe no esquema. Confirmá-lo, compondo-o, eis aí sua razão de ser”<sup>73</sup>.

Especificamente em relação ao cinema, os pesquisadores em comento ainda tecem alguns comentários. Eis que, tornou-se verdadeira norma da produção cinematográfica a percepção de que o filme nada mais é do que o prolongamento da vida cotidiana e vice versa. Tal realidade produz a ideia de que “a vida não deve mais, tendencialmente, deixar-se distinguir do filme sonoro”<sup>74</sup> e, por conseguinte, gera uma “atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor”<sup>75</sup>. Está-se diante de uma forma de adestramento do

<sup>70</sup> DUARTE, op. cit. p. 54.

<sup>71</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 103.

<sup>72</sup> Ibid., p. 103.

<sup>73</sup> Ibid., p. 103.

<sup>74</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 104.

<sup>75</sup> Ibid., p. 104.

espectador, proibido de desenvolver qualquer atividade intelectual e transformado em mero consumidor, que se identifica facilmente com a realidade forjada e construída pela indústria cultural.

c) as origens históricas no liberalismo, cultura como adestramento, diversão como disciplina

Nesta seção, Adorno e Horkheimer ratificam a ideia de que a *indústria cultural* é uma espécie de “enclave oriundo do capitalismo liberal em plena vigência do capitalismo monopolista”<sup>76</sup>. Dessa forma, os pesquisadores de Frankfurt advogam que a indústria cultural ainda mantém “uma parte do dinamismo advindo do instável equilíbrio entre a oferta e a demanda em uma sociedade de mercado”<sup>77</sup>. Tal característica se dá em razão das próprias necessidades econômicas do sistema e funciona mesmo diante do fato de que, em verdade, no “capitalismo não-concorrencial dos grandes trustes”<sup>78</sup>, o mercado é muito mais uma ideologia do que propriamente uma realidade:

Assim, a indústria cultural, o mais inflexível de todos os estilos, revela-se justamente como a meta do liberalismo, ao qual se censura a falta de estilo. Não somente suas categorias e conteúdos são provenientes da esfera liberal, tanto do naturalismo domesticado quanto da opereta e da revista: as modernas companhias culturais são o lugar econômico onde ainda sobrevive, juntamente com os correspondentes tipos empresários, uma parte da esfera de circulação já em processo de desagregação<sup>79</sup>.

Neste sentido, levando em consideração o conceito de estilo, os autores apregoam ser o mecanismo de oferta e procura um método de controle. Tal método funcionaria a favor dos dominantes e subsidiaria a existência da concorrência, ainda presente na *indústria cultural*, mesmo diante do aparente declínio nos grandes centros econômicos de poder (fase de desagregação na esfera da produção material<sup>80</sup>). Neste caso, os consumidores são, ao mesmo tempo, trabalhadores; empregados; lavradores e pequenos burgueses<sup>81</sup>, presos “em corpo e alma”<sup>82</sup> e altamente vulneráveis a tal ponto, que não resistem a absolutamente nada do que lhes é oferecido.

---

<sup>76</sup> DUARTE, op. cit. p. 56.

<sup>77</sup> Ibid., p. 57.

<sup>78</sup> Ibid., p. 57.

<sup>79</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p.108.

<sup>80</sup> Ibid., p. 110.

<sup>81</sup> Ibid., p. 110.

<sup>82</sup> Ibid., p. 110.

Insta-se reiterar, que a concorrência mencionada não passa de uma ilusão<sup>83</sup>. Na indústria cultural a possibilidade de escolha é uma miragem. A massa de consumidores alimenta uma nefasta e masoquista paixão pelos males que a ela se faz e isso materializa a astúcia sem precedentes do esquematismo da indústria cultural, mencionado pelos autores da Escola de Frankfurt<sup>84</sup>. Citando Tocqueville<sup>85</sup>, Adorno e Horkheimer apresentam uma noção diferente de tirania presente na indústria cultural<sup>86</sup>. Segundo esta noção, o senhor não mais obriga o servo a pensar como ele, sob pena de morte. Em sentido oposto, o servo é livre para pensar como quiser, contudo, se escolher diferente do que seu mestre mandar será considerado um estrangeiro.

Ora, é justamente neste diapasão que se fala em *ilusão de concorrência e de possibilidade de escolha*. Quem escolhe diferente do que lhe é oferecido será fatalmente excluído e, uma vez “excluído da atividade industrial, ele terá sua insuficiência fatalmente comprovada”<sup>87</sup>. Quem não se conforma com o que lhe é oferecido, nas palavras de Adorno e Horkheimer, “é punido com uma impotência econômica que se prolonga na impotência espiritual do individualista”<sup>88</sup>. Dessa forma, as massas, de maneira obstinada, “insistem na ideologia que as escraviza”<sup>89</sup> e consomem um sem número de “porcarias”<sup>90</sup>, produzidas de maneira descarada e aptas a contentar os compradores com a reprodução daquilo “que é sempre o mesmo”<sup>91</sup>:

Essa mesmice regula também as relações com o que passou. O que é novo na fase da cultura de massas em comparação com a fase do liberalismo avançado é a exclusão do novo. A máquina gira sem sair do lugar. Ao mesmo tempo que já determina o consumo, ela descarta o que ainda não foi experimentado porque é um risco. (...) A seu serviço estão o ritmo e a dinâmica. Nada deve ficar como era, tudo deve estar em constante movimento. Pois só a vitória universal do ritmo da produção e reprodução mecânica é a garantia de que nada mudará, de que nada surgirá que não se adapte. O menor acréscimo ao inventário cultural comprovado é um risco excessivo<sup>92</sup>.

---

<sup>83</sup> Ibid., p. 102.

<sup>84</sup> Ibid., p. 110.

<sup>85</sup> TOQUEVILLE, A de. *De la Démocratie en Amérique*. Vol. II. Paris, 1864, p. 151.

<sup>86</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 110.

<sup>87</sup> Ibid., p. 110.

<sup>88</sup> Ibid., p. 110.

<sup>89</sup> Ibid., p. 110.

<sup>90</sup> Ibid., p. 110.

<sup>91</sup> Ibid., p. 110.

<sup>92</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 111.



Assim, ao contrário do que se possa imaginar, o posicionamento de Adorno e Horkheimer não representa simplesmente a “pura e simples condenação do entretenimento”<sup>93</sup>, na medida em que os autores reconhecem o fato de que não apenas o entretenimento, mas também outras categorias inerentes a indústria cultural, já existiam antes dela. A diferença é ressaltada por Duarte<sup>94</sup>, para quem a “indústria cultural, em função dos novos meios técnicos e de uma nova situação histórica, erigiu em princípio a transferência da arte para a esfera do consumo”. Com isso, houve o aprimoramento das mercadorias culturais e o entretenimento foi despido de sua ingenuidade<sup>95</sup>.

Para os pesquisadores da Escola de Frankfurt, o grande mal reside na fusão do entretenimento com a cultura. Tal junção é um dos focos da indústria cultural e se materializa por meio da absorção daquilo que chamam de “arte leve” na “arte séria” ou vice-versa<sup>96</sup>. A primeira (arte leve) pode ser entendida como a arte popular. Já a segunda (arte séria), pode ser compreendida como a arte autônoma e, portanto, desprovida da necessidade de atender a um fim qualquer, ou seja, a arte culta. Muito embora não haja hierarquia entre ambas (arte popular e arte culta), pois uma e outra representam “os sentimentos da sociedade em que surgem”<sup>97</sup>, é indubitável que seu grau de elaboração é distinto.

Justamente por almejar mercantilizar a cultura, utilizando como técnica a junção das artes leve e séria, é que a indústria cultural se transforma em um verdadeiro negócio. Negócio este que “tem o seu sucesso condicionado a empréstimos e fusões da cultura, da arte e da distração, subordinando-se totalmente às já mencionadas finalidades de lucro e de obtenção de conformidade ao *status quo*”<sup>98</sup>. Esses elementos irreconciliáveis da cultura, da distração e da arte orientam a fórmula de repetição própria da indústria cultural e, balizados pelo fundamento econômico, determinam quais as necessidades que serão fabricadas para ajustar a oferta à demanda.

Nesse ponto, Adorno e Horkheimer chamam a atenção para o fato de que a indústria cultural é a “indústria da diversão”<sup>99</sup>. Todo o controle que ela dispõe dos

---

<sup>93</sup> DUARTE, op. cit. p. 58.

<sup>94</sup> Ibid., p. 58.

<sup>95</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 111.

<sup>96</sup> Ibid., p.112.

<sup>97</sup> DUARTE, op. cit. p. 59.

<sup>98</sup> Ibid., p. 59.

<sup>99</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 112.

consumidores é mediado justamente pela diversão<sup>100</sup>. A indústria oferece algo e, ao mesmo tempo, priva o consumidor daquilo que oferece. Os produtos mecanizados aparentemente levam mensagens de lazer e felicidade. Entretanto, subliminarmente, o conteúdo das mesmas não passa de uma forma de perpetuar o padrão já estipulado pelo sistema. O consumidor se diverte com a lavagem cerebral que o escraviza:

A diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ela é procurada por quem quer escapar do processo de trabalho mecanizado, para se pôr de novo em condições de enfrenta-lo. Mas, ao mesmo tempo, a mecanização atingiu um tal poderio sobre a pessoa em seu lazer e sobre a sua felicidade, ela determina tão profundamente a fabricação das mercadorias destinadas à diversão, que esta pessoa não pode mais perceber outra coisa senão as cópias que reproduzem o próprio processo do trabalho. O pretense conteúdo não passa de uma fachada desbotada; o que fica gravado é a sequência automatizada de operações padronizadas. Ao processo de trabalho na fábrica e no escritório só se pode escapar adaptando-se a ele durante o ócio. Eis aí a doença incurável de toda diversão<sup>101</sup>.

A ordem é sorrir. A diversão de fachada oferecida pela *indústria cultural* oferece o humor como um verdadeiro “banho medicinal”<sup>102</sup>, prescrito pela indústria do prazer de maneira indiscriminada. Ri-se de tudo: “rimos do fato de que não há nada de que se rir”<sup>103</sup>. O riso, nesse caso, se transforma em uma poderosa e leonina arma capaz de “ludibriar a felicidade”<sup>104</sup>. Assim, rir virou sinônimo de ridicularizar e, a partir da máxima “*res severa verum gaudium*”<sup>105</sup>, a indústria coloca “a renúncia jovial no lugar da dor”<sup>106</sup>. A indústria faz acreditar que os consumidores nunca podem alcançar aquilo que almejam. Essa é a “renúncia permanente que a civilização impõe às pessoas”<sup>107</sup>, devendo a sociedade, rindo, contentar-se com esse destino.

d) a atualidade da confiscação (Vereinnahmung) – (sobre)viver como jogo de azar, a promessa de obediência

Continuando a exposição acerca dos procedimentos inerentes ao esquematismo da *indústria cultural*, Adorno e Horkheimer apresentam o método utilizado para eliminação do acaso. Ora, por meio do cálculo de probabilidades, a indústria proporciona a sensação de que

<sup>100</sup> Ibid., p. 112.

<sup>101</sup> Ibid., p.113.

<sup>102</sup> Ibid., p. 116.

<sup>103</sup> Ibid., p. 116.

<sup>104</sup> Ibid., p. 116.

<sup>105</sup> “A severidade é a verdadeira alegria” (N.T). ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 116.

<sup>106</sup> Ibid., p. 116.

<sup>107</sup> Ibid., p. 116.

o acaso coincide com “uma espécie de destino fatídico”<sup>108</sup>. Dessa forma, a simples possibilidade de ser contemplado por algum tipo de sorteio ou, ainda, de ser escolhido em um show de calouros para se tornar a mais nova estrela, “é vendida ao público como se já representasse a própria contemplação”<sup>109</sup>. Ora, se alguém ganhou o tão sonhado prêmio, este alguém, não importa se fulano ou beltrano, é um exemplar do “mesmo gênero”<sup>110</sup>:

A ideologia se esconde no cálculo de probabilidade. A felicidade não deve chegar para todos, mas para quem tira sorte, ou melhor, para quem é designado por uma potência superior – na maioria das vezes a própria indústria do prazer, que é incessantemente apresentada como estando em busca dessa pessoa. As personagens descobertas pelos caçadores de talentos e depois lançadas em grande escala pelos estúdios são tipos ideais da nova classe média dependente. A *starlet* deve simbolizar a empregada de escritório, mas de tal sorte que, diferentemente da verdadeira, o grande vestido de noite já parece talhado para ela. Assim, ela fixa para a espectadora, não apenas a possibilidade de também vir a se mostrar na tela, mas ainda mais enfaticamente a distância entre elas. Só uma pode tirar a sorte grande, só um pode se tornar célebre, e mesmo se todos têm a mesma probabilidade, esta é para cada um tão mínima, que é melhor riscá-la de vez e regozijar-se com a felicidade do outro, que poderia ser ele próprio e que, no entanto, jamais é<sup>111</sup>.

O ser genérico, neste sentido, vive a felicidade do outro e deleita-se no fato de que alguém, que supostamente o representa, foi escolhido. Eis aí mais um grande triunfo da indústria cultural: ela transformou o homem em um ser genérico. Cada membro da sociedade passa a ser visto como um simples exemplar do todo. Torna-se um ser fungível. Um “puro nada”<sup>112</sup>. Segundo Duarte<sup>113</sup>, a expressão “ser genérico” utilizada por Adorno e Horkheimer, já anteriormente descrita por Marx para designar a capacidade criativa do homem e fundamentar a crítica ao trabalho alienado, tem o condão de “explicitar a degradação das pessoas à mera pertença ao gênero do qual algum representante anônimo pode ser o sorteado”<sup>114</sup>.

Tem-se, diante desse contexto, a redução da humanidade inteira na figura de clientes ou empregados da indústria cultural<sup>115</sup>. Muda-se, com isso, a própria noção de

<sup>108</sup> DUARTE, op. cit. p. 61.

<sup>109</sup> Ibid., p. 61.

<sup>110</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 120.

<sup>111</sup> Ibid., p.120.

<sup>112</sup> Ibid., p.120.

<sup>113</sup> DUARTE, op. cit.

<sup>114</sup> Ibid., p. 62.

<sup>115</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p.121.

ideologia. Se, de um lado, as formas tradicionais de concepção ideológica vinham à tona mediante a interpretação da realidade; de outro, a nova forma de ideologia tem como objeto o mundo propriamente dito. Conforme essa nova premissa, as interpretações são dispensadas e o mundo pode ser reconstruído através da reprodutibilidade técnica: “a ideologia fica cindida entre a fotografia de uma vida estupidamente monótona e a mentira nua e crua sobre o seu sentido, que não chega a ser proferida, apenas sugerida, e inculcada nas pessoas”<sup>116</sup>.

A ideologia como um “discurso vago e descompromissado”<sup>117</sup> se torna vazia e, por conseguinte, a linguagem e a palavra perseguem tão somente um objetivo comercial. Traz-se à baila o “culto ao fato”<sup>118</sup>, que se resume em “elevantar a existência ruim ao reino dos fatos”<sup>119</sup> e se repete como um processo cíclico infinito. O fato, por sua vez, se torna belo quando reproduzido nas câmeras e isso fortalece sobremaneira a imutabilidade das situações, garantindo que “as mães continuem a parir filhos, de que as rodas ainda não tenham parado”<sup>120</sup>. Mantendo eternamente os mesmos bebês sorrindo nas revistas, a indústria garante a cegueira do cliente na formulação de padrões, pois “o pão com que a indústria cultural alimenta os homens continua a ser a pedra da estereotipia”<sup>121</sup>.

#### e) provimento autoritário e a liquidação do trágico

A rejeição às manifestações individuais que sejam, aparentemente, desviantes em excesso daquilo que é regra e está regulamentado pelo esquematismo da indústria, pode ser compreendida nesta seção. Ora, considerando que a ambientação social tem uma tendência totalitária, Adorno e Horkheimer apregoam que, muito embora a liberdade formal de cada indivíduo esteja garantida<sup>122</sup>, as melhores chances estão reservadas àqueles que se identificam de maneira plena ao fundamento último da indústria cultural, tal como a exploração do trabalho alheio<sup>123</sup>. Justamente por este contexto, a miséria passa a ser vista com outros olhos: se “no liberalismo, o pobre era tido como preguiçoso, hoje ele é automaticamente suspeito”<sup>124</sup>.

---

<sup>116</sup> Ibid., p. 122.

<sup>117</sup> Ibid., p. 122.

<sup>118</sup> Ibid., p. 122.

<sup>119</sup> Ibid., p. 122.

<sup>120</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p.123.

<sup>121</sup> Ibid., p. 123.

<sup>122</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p.123.

<sup>123</sup> DUARTE, op. cit. p. 63.

<sup>124</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p.124.

Sob este viés, a pobreza é comparada a uma “excentricidade imperdoável”<sup>125</sup> e não exatamente entendida como imperiosa consequência do caráter exclusivista do capitalismo. Se o indivíduo tem fome, sede e frio, principalmente se, outrora, já teve condições ou melhores perspectivas, este indivíduo está marcado<sup>126</sup>. Nas palavras dos pesquisadores da *Escola de Frankfurt*, o miserável é “um *outsider*”<sup>127</sup> e, abstração feita de certos crimes capitais, a culpa mais grave é a de ser um *outsider*”<sup>128</sup>. Esse *outsider* é representado pela indústria cultural, na maioria das vezes nas telas de cinema, como o vilão desde sua primeira aparição, muito antes de qualquer desenvolvimento do enredo, pois o objetivo é não deixar transparecer que, em verdade, “a sociedade se volta contra pessoas de boa vontade”<sup>129</sup>.

Neste prisma, os indivíduos são levados à adoção de um comportamento afetivo em relação ao próprio sistema. Estimula-se o sentimento de solidariedade em um mundo onde “ninguém é esquecido, todos estão cercados de vizinhos, assistentes sociais, Dr. Gillespies e filósofos domésticos de bom coração”<sup>130</sup>. Tais figuras atuam no sentido de intervir “bondosamente junto a cada pessoa para transformar a miséria perpetuada socialmente em casos individuais curáveis”<sup>131</sup>.

Exatamente nesse ponto, surge o debate acerca da estética do trágico, entendido como uma das formas aptas à demonstração de que o indivíduo pode se opor a ideologia dominante, ainda que venha a ser derrotado, pelo puro e simples fato de “servir de exemplo e inspiração para os pósteros”<sup>132</sup>. Com o trágico, a sociedade estaria protegida da censura e tudo o que é interessante seria colocado a sua disposição. Entretanto, a indústria cultural reduz o trágico “à ameaça de destruição de quem não coopera”<sup>133</sup>. De resistência à ameaça mítica, o trágico é transformado em mera “punição justa”<sup>134</sup>, pois ele não pode escapar do controle e a ele também é encontrado “um lugar fixo na rotina”<sup>135</sup> do esquematismo da indústria cultural, pois eliminando-se o trágico elimina-se também o próprio indivíduo.

---

<sup>125</sup> DUARTE, op. cit. p. 63.

<sup>126</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p.124.

<sup>127</sup> Estranho, forasteiro, marginal.

<sup>128</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p.124.

<sup>129</sup> Ibid., p. 124.

<sup>130</sup> Ibid., p. 124.

<sup>131</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p.124.

<sup>132</sup> DUARTE, op. cit. p. 64.

<sup>133</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p.125.

<sup>134</sup> Ibid., p. 125.

<sup>135</sup> Ibid., p. 125.

f) o indivíduo confiscado, propaganda

A partir da noção de pseudo-individualidade, a referência ao trágico, bem como ao fato de que a indústria cultural o despotencializou, é retomada por Adorno e Horkheimer. A eliminação total da tragédia ocorreria, segundo os pesquisadores, com a eliminação da própria noção de indivíduo, que é suplantada pela perspectiva do universal: “os indivíduos não são mais indivíduos, mas sim meras encruzilhadas das tendências do universal, que é possível reintegrá-los totalmente na universalidade”<sup>136</sup>. Os membros da sociedade, em interpretação trazida por Duarte<sup>137</sup>, chegam a “agradecer” à própria indústria cultural a “possibilidade de evitar o esforço da individualização”<sup>138</sup>.

Muito embora, indiscutivelmente, seja compensador o empenho para individualizar-se, de maneira tal que cada um possa se enxergar e viver como “uma instância de decisão sobre sua própria vida”<sup>139</sup> e, por conseguinte, reverberar seu comportamento na sociedade como um todo, “o que domina é a pseudo-individualidade”<sup>140</sup>, ou seja, uma forma fictícia do próprio indivíduo. Sob este prisma, Adorno e Horkheimer apregoam a existência de uma espécie de “substituição mentirosa do individual pelo estereotipado”<sup>141</sup>, na medida em que a noção de vida humana se esvazia e se dá lugar a um “eu” com particularidades mercantilizadas e socialmente condicionadas:

Nos rostos dos heróis do cinema ou das pessoas privadas, confeccionados segundo o modelo das capas de revistas, dissipa-se uma aparência na qual, de resto, ninguém mais acredita, e o amor por esses modelos de heróis nutre-se da secreta satisfação de estar afinal dispensado de esforço da individualização pelo esforço (mais penoso, é verdade) da imitação<sup>142</sup>.

Paralelamente a esse fenômeno da pseudo-individualização e totalmente imbricado a ele, o imperativo categórico de Sócrates parece ter sido ironicamente realizado, pois na indústria cultural o belo é o útil<sup>143</sup>. Dessa forma, a humanidade, sinteticamente produzida e representada por fisionomias estereotipadas, é obrigada a conviver com heróis

---

<sup>136</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p.128.

<sup>137</sup> DUARTE, op. cit.

<sup>138</sup> Ibid., p. 65.

<sup>139</sup> Ibid., p. 65.

<sup>140</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p.128.

<sup>141</sup> Ibid., p. 129.

<sup>142</sup> Ibid., p. 129.

<sup>143</sup> Ibid., p. 129.

fabricados a partir do indivíduo mediano. Está-se diante do “culto ao barato”<sup>144</sup>, que erige a beleza utilitária ao seu ideal publicitário. Contudo, a verdadeira novidade não reside propriamente no fato de que a arte foi mercantilizada, mas no fato de que a indústria declara a arte como tal, “o fato de que a arte renega sua própria autonomia, incluindo-se orgulhosamente entre os bens de consumo, que lhe confere o encanto da novidade”<sup>145</sup>.

Fazendo referência direta ao princípio da estética de concepção kantiana da finalidade sem fim, segundo a qual a obra de arte independe que qualquer finalidade prática imediata<sup>146</sup>, Adorno e Horkheimer corroboram que a indústria cultural é inspirada pela autonomia da arte para efetuar uma “sobrevvalorização de suas mercadorias, não em função de sua utilidade, mas de sua virtual ‘inutilidade’”<sup>147</sup>. Diante disso, o valor uso é substituído pelo valor de troca na recepção dos bens culturais, e o indivíduo passa a se preocupar não mais com o prazer da contemplação da obra de arte, mas com o poder da informação, do prestígio de se tornar um conhecedor. Assim, “tudo é percebido do ponto de vista da possibilidade de servir para outra coisa”<sup>148</sup>.

#### g) cultura como reclame

Sob a égide do capitalismo tardio, a cultura teria adotado pura e simplesmente um caráter publicitário: “a cultura é uma mercadoria paradoxal. Ela está tão completamente submetida à lei da troca que não é mais trocada. Ela se confunde tão cegamente com o uso que não se pode mais usá-la. É por isso que ela se funde com a publicidade”<sup>149</sup>. Neste sentido, a publicidade funcionaria como verdadeiro “elixir da vida”<sup>150</sup> para a indústria cultural, responsável por iniciar “o infindável circuito de promessas e frustrações que mantém a economia em funcionamento”<sup>151</sup>.

Os elevados custos da publicidade retornam aos cofres das grandes corporações e isso, por sua vez, elimina, desde o nascedouro, qualquer possibilidade de concorrência<sup>152</sup>, daí porque esta não passa de uma ilusão. Utilizando a linguagem como atrofiação da realidade, a

<sup>144</sup> Ibid., p. 129.

<sup>145</sup> Ibid., p. 129.

<sup>146</sup> KANT, Immanuel. *Crítica da faculdade do juízo*. ROHDEN, Valério; MARQUES, Antonio (trad.). Forense Universitária: 2ª Edição.

<sup>147</sup> DUARTE, op. cit. p. 67.

<sup>148</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p.130.

<sup>149</sup> Ibid., p. 134.

<sup>150</sup> Ibid., p. 134.

<sup>151</sup> DUARTE, op. cit. p. 68.

<sup>152</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p.134.

publicidade é capaz de “subjugar o cliente que se imagina como distraído ou relutante”<sup>153</sup>. Dessa forma, se confunde com a própria *indústria cultural*, assim como o surpreendente se identifica com o familiar; o fácil se confunde com o marcante; o sofisticado se materializa em algo simples<sup>154</sup> e, finalmente, o consumidor se identifica de maneira compulsiva com a mercadoria:

### 2.3.3. Guy Debord e a Sociedade do Espetáculo

O conceito de *sociedade do espetáculo* foi elaborado em meados da década de 1960 pelo francês Guy Debord. Apesar de não ter sido um pesquisador da Escola de Frankfurt, Debord está intimamente atrelado a ela, na medida em que suas reflexões acerca dos fenômenos comunicacionais podem ser melhor compreendidas a partir da teoria crítica da sociedade capitalista. Assim, levando em consideração a perspectiva crítica, trata-se de uma categoria conceitual que tem o escopo de explicitar uma dada fase da sociedade capitalista e não a realidade social contemporânea.

Neste sentido, muito embora seja um conceito desenvolvido para outras circunstâncias históricas, os elementos que o compõe e, sobretudo, as consequências apontadas pela sua expressiva difusão nos últimos anos, influenciaram de maneira significativa as mais variadas teorias contemporâneas sobre sociedade e cultura. Ora, por meio de 221 (duzentos e vinte um) teses, Debord analisa o capitalismo e verifica a existência um novo sistema de acúmulo que o acompanha, a saber: o acúmulo de imagens. Justamente esse acúmulo dá origem ao que ele designa por *sociedade do espetáculo*, na qual se estabelece um novo padrão: o predomínio da imagem sobre a coisa.

Segundo Patias<sup>155</sup>, desde a definição de *sociedade do espetáculo* “a cultura do espetáculo se expandiu em todas as áreas da vida”<sup>156</sup>. Como uma espécie de síntese entre os elementos do negócio e da diversão, houve o nascimento de uma verdadeira *economia do espetáculo*. Dessa forma, o entretenimento rapidamente se transformou numa das principais fontes dos negócios, surgindo como imbricação direta, a chamada “entretinimização da economia”<sup>157</sup>. Exatamente por meio dela, empresas e grandes corporações “fazem circular na

---

<sup>153</sup> Ibid., p. 135.

<sup>154</sup> Ibid., p. 135.

<sup>155</sup> PATIAS, Jaime Carlos. O ESPETÁCULO NO TELEJORNAL SENSACIONALISTA. In: Comunicação e Sociedade do Espetáculo. COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José de. (orgs.) São Paulo: Paulus, 2006.

<sup>156</sup> Ibid., p. 92.

<sup>157</sup> Ibid., p. 92.



TV, nos filmes, nos videogames, nos cassinos, nos esportes etc., suas imagens e marcas para que os negócios e a publicidade se combinem, tudo sob a forma de espetáculo”<sup>158</sup>.

Sob este viés, a própria vida é transformada em uma forma de entretenimento<sup>159</sup> e as relações humanas passam a ser mediadas não mais pelas coisas em si, tal como no fetichismo da mercadoria apregoado por Marx, mas sim pela imagem<sup>160</sup>. Nas palavras de Patias<sup>161</sup>, da “degradação do ‘ser’ pelo ‘ter’, no espetáculo, chegou-se ao reinado soberano do ‘aparecer’ (...) o espetáculo, assim, consagra toda a glória ao reino da aparência”<sup>162</sup>. Diante deste predomínio do aparecer sobre o ser, a própria realidade perde espaço para a representação, engrandecendo-se a cópia em detrimento do original, pois a imagem da coisa é mais importante do que ela em si mesma.

Utilizando a própria divisão efetuada por Debord, pode-se estudar o tema da *sociedade do espetáculo* a partir de 9 (nove) títulos, os quais comportam as 221 (duzentos e vinte e um) teses elaboradas pelo autor. Dessa forma, o presente trabalho abordará, de maneira sucinta, naquilo que realmente fundamentará a análise do objeto de pesquisa, os 9 (nove) títulos que compõe a obra, a saber: a) a separação consumada; b) a mercadoria como espetáculo; c) unidade e divisão na aparência; d) o proletariado como sujeito e como representação; e) tempo e história; f) o tempo espetacular; g) o planejamento do espaço; h) a negação e o consumo na cultura; e, finalmente, i) a ideologia materializada.

#### a) A separação consumada

A partir de uma citação de Feuerbach, extraída da segunda edição de *A essência do cristianismo*, Guy Debord inicia este título fazendo menção àquilo que materializará o foco de suas contribuições: o fato de que a ilusão sobrepujou a tal ponto a realidade, que esta se tornou profana, enquanto aquela, sagrada. Ora, de acordo com o autor, as condições modernas de produção transformaram a vida em sociedade em uma “imensa acumulação de espetáculos”<sup>163</sup>, pois tudo aquilo que poderia ser diretamente vivido cedeu espaço para as

---

<sup>158</sup> Ibid., p. 93.

<sup>159</sup> Ibid., p. 93.

<sup>160</sup> Ibid., p. 93.

<sup>161</sup> Op. Cit.

<sup>162</sup> PATIAS, op. cit. p.92.

<sup>163</sup> DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. ABREU, Estela dos Santos (trad.). Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. p. 13.

representações. Sendo assim, a realidade se apresenta como um “pseudomundo à parte”<sup>164</sup>, que existe tão somente para ser contemplado.

Como uma inversão da própria vida, a noção de espetáculo se confunde com a própria sociedade e, ao mesmo tempo, com apenas uma parte dela e, ainda, pode representar um “instrumento de unificação”<sup>165</sup>. Isso ocorreria, segundo o autor, porque o espetáculo além de ser o lugar onde está concentrada toda consciência da sociedade, é também “o lugar do olhar iludido e da falsa consciência”<sup>166</sup>. Logo, a unificação realizada pelo espetáculo é, na essência, uma espécie de “linguagem oficial da separação generalizada”<sup>167</sup>. Com o espetáculo, a própria relação social passa a ser mediada por imagens.

Como resultado e projeto do modo de produção existente, a espetacularização domina a vida em sociedade: ela é o “âmbito do irrealismo da sociedade real”<sup>168</sup> e está presente em todos os setores, tais como na propaganda ou no entretenimento. Funciona de maneira tal, que tanto o modo de produção, quanto o consumo que dele decorre parecem ter escolhido o espetáculo. Paradoxalmente, a “realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real”<sup>169</sup>, como essência e alicerce da sociedade existente, essa alienação se retroalimenta e, ao inverter o que é real, o espetáculo também se transforma em um produto. Consequentemente, neste mundo invertido, “a verdade é um momento do que é falso”<sup>170</sup>.

Metamorfoseando a vida humana em simples aparência, o espetáculo é, ao mesmo tempo, meio e fim. Com ele, não se “deseja chegar a nada que não seja ele mesmo”<sup>171</sup>. Com ele, demonstra-se que a economia já dominou totalmente, pois ele nada mais é do que “a economia desenvolvendo-se por si mesma”<sup>172</sup>. Não basta simplesmente inverter a máxima que conduzia a primeira fase da dominação da economia sobre a vida social (o ser pelo ter agora é ser pelo aparecer), pois na sociedade *espetaculoísta* e *espetaculadorizada* “só é permitido aparecer naquilo que ela *não é*”<sup>173</sup>. Como imbricação direta, a visão corporifica o sentido mais privilegiado da vida humana e domina a tal ponto, que o diálogo passa a ser repudiado<sup>174</sup>:

---

<sup>164</sup> Ibid., p. 13.

<sup>165</sup> Ibid., p. 14.

<sup>166</sup> Ibid., p. 14.

<sup>167</sup> Ibid., p. 14.

<sup>168</sup> Ibid., p. 14.

<sup>169</sup> Ibid., p. 15.

<sup>170</sup> Ibid., p. 16.

<sup>171</sup> Ibid., p. 17.

<sup>172</sup> Ibid., p. 18.

<sup>173</sup> Ibid., p. 18.

<sup>174</sup> Para Guy Debord o espetáculo é contrário ao diálogo. DEBORD, op. cit. p. 18.

O espetáculo é o herdeiro de toda a fraqueza do projeto filosófico ocidental, que foi um modo de compreender a atividade dominado pelas categorias do *ver*; da mesma forma, ele se baseia na incessante exibição da racionalidade técnica específica que decorreu desse pensamento. Ele não realiza a filosofia, filosofiza a realidade. A vida concreta de todos se degradou em universo *especulativo*<sup>175</sup>.

Levando em consideração que a necessidade socialmente sonhada torna o sonho necessário, Guy Debord ratifica que “o espetáculo é o sonho mau da sociedade moderna aprisionada, que só expressa afinal o seu desejo de dormir”<sup>176</sup>. Como uma espécie de guardião desse sono em que a sociedade se encontra embebedada, o espetáculo se revela de maneira superficial e, ao mesmo tempo, esmagadora através dos meios de comunicação de massa. Através deles, há uma instrumentação da sociedade, pois as necessidades sociais passam a se desenvolver, bem como a serem mediadas por meio de suas técnicas. Ora, pela força da comunicação instantânea todo o contato humano é estabelecido e, conseqüentemente, se estabelece uma forma de comunicação unilateral:

A origem do espetáculo é a perda da unidade do mundo, e a expansão gigantesca do espetáculo moderno revela a totalidade dessa perda: a abstração de todo trabalho particular e a abstração geral da produção como um todo se traduzem perfeitamente no espetáculo, cujo *modo de ser concreto* é justamente a abstração. No espetáculo, uma parte do mundo *se representa* diante do mundo e *lhe é superior*. O espetáculo nada mais é que a linguagem comum dessa separação. O que liga os espectadores é apenas uma ligação irreversível com o próprio centro que os mantém isolados. O espetáculo reúne o separado, mas o reúne *como separado*<sup>177</sup>.

A referida unilateralidade é equivalente “a acumular nas mãos da administração do sistema os meios que *lhe* permitem prosseguir nessa precisa administração”<sup>178</sup>. Eis o sentido da separação a que se refere Debord neste título, como “alfa e ômega do espetáculo”<sup>179</sup>. O trabalhador é separado daquilo que ele produz, a comunicação direta entre produtores é perdida, bem como “qualquer ponto de vista unitário sobre a atividade realizada”<sup>180</sup>. Assim, a direção do sistema passa a ser detentora exclusiva tanto da unidade,

---

<sup>175</sup> Ibid., p. 19.

<sup>176</sup> DEBORD, op. cit., p. 19.

<sup>177</sup> Ibid., p. 23.

<sup>178</sup> Ibid., p. 21.

<sup>179</sup> Ibid., p. 21.

<sup>180</sup> Ibid., p. 22.

quanto da comunicação, o que proporciona a “vitória do sistema econômico da separação”<sup>181</sup>, ou seja, corporifica verdadeira *proletarização do mundo*<sup>182</sup>.

#### b) a mercadoria como espetáculo

Citando Lukàcs, em trecho da obra *História e Consciência de Classe*, Guy Debord inicia este título fazendo referência à mercadoria como uma categoria universal do ser social. Dessa forma, para o autor, “o mundo presente e ausente que o espetáculo faz ver é o mundo da mercadoria dominando tudo o que é vivido”<sup>183</sup>. Este *mundo da mercadoria* ratifica a separação consumada entre trabalhador e aquilo que ele produz, na medida em que também é impelido ao afastamento. A forma-mercadoria, por sua vez, se desenvolve a partir do quantitativo e somente nele pode se desenvolver, excluindo o qualitativo e unificando “a Terra como mercado mundial”<sup>184</sup>.

Ora, assim como a economia transformou o mundo em *mundo da economia*, a mercadoria, de maneira oculta, dominou a economia<sup>185</sup>. O espetáculo se apresenta, neste sentido, como o “momento em que a mercadoria *ocupou totalmente* a vida social”<sup>186</sup>. Neste mundo dominado pela mercadoria, a *pseudonecessidade alienada* de consumo transforma-se em verdadeiro dever complementar à produção (também alienada) das massas<sup>187</sup>. A economia política, sendo assim, que enxergava o proletariado como aquele que, simplesmente, deveria receber o “indispensável para conservar sua força de trabalho”<sup>188</sup>; sem qualquer possibilidade de lazer em sua humanidade; passa a tratar o operário como “adulto, com uma amabilidade forçada, sob o disfarce de consumidor”<sup>189</sup>.

Por detrás do aparente humanismo da mercadoria, nega-se o próprio homem no afã de “conseguir que a satisfação com a sobrevivência aumente de acordo com as leis do próprio espetáculo”<sup>190</sup>. Com a necessidade pela mercadoria forjada pelo ópio<sup>191</sup>, a realidade

---

<sup>181</sup> Ibid., p. 22.

<sup>182</sup> Ibid., p. 22.

<sup>183</sup> DEBORD, op. cit., p. 28.

<sup>184</sup> Ibid., p. 29.

<sup>185</sup> Ibid., p. 30.

<sup>186</sup> Ibid., p. 30.

<sup>187</sup> Ibid., p. 31.

<sup>188</sup> Ibid., p. 31.

<sup>189</sup> Ibid., p. 31.

<sup>190</sup> Ibid., p. 31.

<sup>191</sup> Ibid., p. 32.

invertida do espetáculo torna a mercadoria necessária para a “falsa vida”<sup>192</sup>, intimamente submetida à aparência.

É a realidade dessa chantagem: o uso sob sua forma mais pobre (comer, morar) já não existe a não ser aprisionado na riqueza ilusória da sobrevivência ampliada, que é a base real da aceitação da ilusão geral do consumo das mercadorias modernas. O consumidor real torna-se consumidor de ilusões. A mercadoria é essa ilusão efetivamente real, e o espetáculo é sua manifestação geral<sup>193</sup>.

Nessa sociedade do espetáculo, a mercadoria é capaz de contemplar a si mesma em um mundo por ela criado<sup>194</sup>. Como um dinheiro que só se pode olhar<sup>195</sup>, o espetáculo é muito mais que o servidor do *pseudo-uso*, vez que é em si mesmo o *pseudo-uso* da própria vida<sup>196</sup>.

#### c) unidade e divisão na aparência

Partindo do pressuposto de que, tal como a sociedade moderna, o espetáculo está, simultaneamente, unido e dividido, Guy Debord inicia o presente título corroborando que o espetáculo constrói sua unidade a partir do esfacelamento. Tal contradição é responsável por uma verdadeira inversão de sentido: enquanto a divisão tem a aparência de união, a unidade se mostra dividida<sup>197</sup>. Tanto na escala mundial, quanto no interior de cada nação, a contradição oficial é a luta entre poderes que almejam a gestão do mesmo sistema socioeconômico. Contudo, estes poderes, em essência, fazem parte de uma mesma unidade real<sup>198</sup>. Daí porque essa luta entre poderes seria falsa.

Em certa medida, todavia, as falsas lutas seriam reais. Eis que, representam o “desenvolvimento desigual e conflitante do sistema, os interesses relativamente contraditórios das classes ou das subdivisões de classes que integram o sistema, e definem sua própria participação no poder do sistema”<sup>199</sup>. Surge, assim, o que Debord chama de *divisão mundial das tarefas espetaculares*. A referida divisão tem o condão de conservar a ordem já existente, cultivando, especialmente, “o pólo dominante de seu desenvolvimento”<sup>200</sup>. Levando em

<sup>192</sup> Ibid., p. 34.

<sup>193</sup> DEBORD, op. cit., p. 33.

<sup>194</sup> Ibid., p. 35.

<sup>195</sup> Ibid., p. 34.

<sup>196</sup> Ibid., p. 34.

<sup>197</sup> Ibid., p. 37.

<sup>198</sup> Ibid., p. 38.

<sup>199</sup> Ibid., p. 38.

<sup>200</sup> Ibid., p. 39.

consideração que a raiz do espetáculo reside justamente na economia, seus frutos, finalmente, estão inclinados a dominar o mercado espetacular.

Diante disso, surge um movimento que domina a sociedade mundial moderna, a saber: a *banalização*<sup>201</sup>. Esta dominação do banal ocorreria, segundo Debord, “em cada ponto em que o consumo desenvolvido das mercadorias multiplicou na aparência os papéis e os objetos a escolher”<sup>202</sup>. A banalização estaria, pois, concentrada na “representação espetacular do homem vivo”<sup>203</sup>, ou seja, naquilo que o autor designa por *vedetes do espetáculo*<sup>204</sup>, na medida em que concentram em si a “imagem de um papel possível”<sup>205</sup>; daquilo que é vivido tão somente na aparência. A vida sem profundidade experimentada pela *vedete* representa inimizade ao próprio indivíduo, pois sendo um modelo de identificação, acaba renunciando toda em qualquer forma de *qualidade autônoma*<sup>206</sup>.

Sob este contexto, as espetaculares oposições, afirma Debord, escondem a *unidade da miséria*<sup>207</sup>. Ao mesmo tempo em que o espetáculo nega a miséria, ele a mantém. Isto ocorre tanto de maneira *concentrada*, quanto de maneira *difusa*. Ora, pertencente ao capitalismo burocrático, o *espetacular concentrado* é o império da polícia, pois “onde o espetacular concentrado domina, a polícia também domina”<sup>208</sup>. A burocracia, neste sentido, nega a possibilidade de escolha às massas e é acompanhada por uma permanente violência, na medida em que todos são obrigados a se identificar com uma espécie de *vedete absoluta*, sob pena de desaparecer<sup>209</sup>. O *espetacular difuso*, por sua vez, se materializa na abundância de mercadorias, dispostas como em um *catálogo apologético*<sup>210</sup>.

Nele leque de opções oferecido pelo catálogo de mercadorias, “cada mercadoria específica passa a lutar por si mesma”<sup>211</sup>, com o escopo de impor-se às demais como se fosse a única. Trata-se de verdadeira luta, mas não entre homens e sim entre as diversas mercadorias e suas respectivas paixões:

---

<sup>201</sup> Ibid., p. 39.

<sup>202</sup> DEBORD, op. cit., p. 39.

<sup>203</sup> Ibid., p. 40.

<sup>204</sup> Ibid., p. 40.

<sup>205</sup> Ibid., p. 40.

<sup>206</sup> Ibid., p. 41..

<sup>207</sup> Ibid., p. 42.

<sup>208</sup> Ibid., p. 43.

<sup>209</sup> Ibid., p. 43.

<sup>210</sup> Ibid., p. 43.

<sup>211</sup> Ibid., p. 44.

O espetáculo não exalta os homens e suas armas, mas as mercadorias e suas paixões. É nessa luta cega que cada mercadoria, ao seguir sua paixão realiza de fato na inconsciência algo de mais elevado: o devir-mundo da mercadoria, que também é o devir-mercadoria do mundo. Assim, por uma astúcia da *razão mercantil*, o que é *particular* da mercadoria gasta-se no combate, ao passo que a forma-mercadoria caminha para sua realização absoluta<sup>212</sup>.

Criam-se pseudonecessidades e, com elas, a ânsia pela acumulação tanto de mercadorias, quanto das *indulgências* por elas fabricadas, tais como os chaveiros-brindes citados por Debord<sup>213</sup>, que não são vendidos, mas sim oferecidos juntamente com determinadas mercadorias. Para o autor, quem os coleciona exhibe a prova da intimidade com a mercadoria, acumulando suas indulgências e testificando o “sinal glorioso de sua presença real entre os fiéis”<sup>214</sup>:

d) o proletariado como sujeito e como representação

As duas primeiras teses deste título se desenvolvem no sentido de identificar o homem como o *sujeito* da história. E como tal, o ser humano se tornaria “mestre e possuidor de seu mundo que é a história”<sup>215</sup>, bem como viveria com *consciência de seu jogo*<sup>216</sup>. Exatamente por esse motivo, Guy Debord analisa de maneira pormenorizada toda teoria revolucionária. No início do título cita um trecho do Inquérito Parlamentar sobre a insurreição da Comuna de Paris, em seguida erige as contribuições hegelianas e constata que Hegel não interpretava o mundo em si, mas as transformações dele e, por conseguinte só teria superado a *separação* em pensamento.

Ainda no afã de destacar correntes teóricas do movimento operário revolucionário, o autor em comentário cita Marx, Stirner e Bakunin. Segundo Debord, suas teorias seriam fruto do confronto crítico com o pensamento hegeliano. Debruçando-se com mais afinco na teoria de Marx, destaca que “Marx teve esperanças exageradas na previsão científica”<sup>217</sup> e que a falha em sua teoria seria, ao mesmo tempo, “a falha da luta revolucionária de sua época”<sup>218</sup>. Enfim, Guy Debord apresenta diversos motivos históricos com o fito de demonstrar que, na luta da organização revolucionária contra a sociedade de

---

<sup>212</sup> DEBORD, op. cit., p. 44.

<sup>213</sup> Ibid., p. 45.

<sup>214</sup> Ibid., p. 45.

<sup>215</sup> Ibid., p. 50.

<sup>216</sup> Ibid., p. 50.

<sup>217</sup> Ibid., p. 59.

<sup>218</sup> Ibid., p. 56.

classes, se as armas representam a essência dos combatentes, “a organização revolucionária não pode reproduzir em si as condições de cisão e de hierarquia que são as da sociedade dominante”<sup>219</sup>.

Levando em consideração o objeto da presente pesquisa, não cabe aqui maiores aprofundamentos neste título, entendendo-se como necessário tão somente compreender os motivos que ensejaram a longa exposição feita pelo pesquisador francês acerca da historicidade da luta de classes. Dessa forma, cabe aqui ressaltar que o proletariado dos países industriais teria perdido “toda a afirmação de sua perspectiva autônoma e, em última análise, *suas ilusões*, mas não o seu ser”<sup>220</sup>. Ele teria se redefinido como “o negativo em ação nessa sociedade”<sup>221</sup> assim que tomou conhecimento de sua situação como massa de trabalhador que perde o poder de uso sobre a própria vida.

Nenhuma melhora quantitativa de sua miséria, nenhuma ilusão de integração hierárquica é um remédio duradouro para sua insatisfação, pois o proletariado não pode se reconhecer com veracidade num mal particular que tenha sofrido, nem portanto *na reparação de um mal particular*, nem de um grande número desses males, mas apenas no *mal absoluto* de ter sido rejeitado para a margem da vida.

Os novos sinais de negação do proletariado, afirma Debord, permitiriam a conclusão de que “uma nova era começou”<sup>222</sup>. A era do reaparecimento de um verdadeiro *exército de desgarrados*. Um exército que luta em um terreno que mudou, mas permanece o mesmo. Um exército liderado por um novo “general Ludd”<sup>223</sup> para insurgir-se, desta vez, contra as *máquinas do consumo permitido*<sup>224</sup>.

#### e) tempo e história

As observações acerca do tempo e da história são efetuadas nesse título com um aprofundamento que foge às necessidades do presente trabalho. Daí porque esta seção não terá um desenvolvimento maior. Sabendo que tempo e história também são categorias atingidas pela espetacularização da sociedade, Debord assevera que existe uma estreita relação entre ambas: “o movimento inconsciente do tempo se manifesta e *se torna verdadeiro*

<sup>219</sup> Ibid., p. 85.

<sup>220</sup> DEBORD, op. cit., p. 81.

<sup>221</sup> Ibid., p. 81.

<sup>222</sup> Ibid., p. 82.

<sup>223</sup> Expressão utilizada por Guy Debord para fazer uma referência direta ao ludismo, ou seja, ao movimento de trabalhadores contra as máquinas que provocaram o desemprego nas décadas que seguiram à Revolução Industrial.

<sup>224</sup> Ibid., p. 82.



na consciência histórica”<sup>225</sup>. Muito embora a história tenha sempre existido, esta nem sempre se materializou sob a forma histórica<sup>226</sup>. A temporalização do homem seria semelhante à humanização do tempo e, por conseguinte, capaz de subsidiar um movimento propriamente histórico<sup>227</sup>. Uma sociedade dividida em classes se apodera socialmente do tempo e da produção “do homem pelo trabalho humano”<sup>228</sup>.

f) o tempo espetacular

Na era da excessiva produção de mercadorias, o tempo, de igual modo, também se tornou consumível. Tal premissa é discutida neste título pelo autor francês Guy Debord. Ora, quando tudo pode ser objeto de consumo, o tempo passa a integrar “um certo número de mercadorias diversas”<sup>229</sup> e, por conseguinte, a ser vendido<sup>230</sup>. Daí então o autor mencionar o *tempo consumível*<sup>231</sup> como um tempo desvalorizado, um tempo inversamente proporcional ao desenvolvimento humano. O referido tempo, que “volta para a vida cotidiana da sociedade”<sup>232</sup> por meio de uma produção específica de mercadorias, recebe a alcunha de *tempo pseudocíclico*<sup>233</sup>.

Enquanto o *tempo cíclico* seria o responsável por regular a “sobrevivência das sociedades pré-industriais”<sup>234</sup>, o tempo *pseudocíclico*, suprimindo a dimensão qualitativa, seria uma forma de “*disfarce consumível* do tempo-mercadoria da produção”<sup>235</sup>. Transformado pela indústria, ele surge em “momentos falsamente individualizados”<sup>236</sup> e se destina a atrasar e manter o atraso da vida cotidiana moderna<sup>237</sup>. Essa espécie de mercadoria (o tempo), que “pode ser paga a crédito”<sup>238</sup>, é o tempo espetacular. Um tempo do consumo de imagens e da imagem do consumo do tempo. De um lado, enquanto consumo de imagens, funciona como verdadeiro elo entre as mercadorias, interligando-as<sup>239</sup>. De outro, enquanto

<sup>225</sup> Ibid., p. 87.

<sup>226</sup> Ibid., p. 87.

<sup>227</sup> Ibid., p. 88.

<sup>228</sup> DEBORD, op. cit., p. 89.

<sup>229</sup> Ibid., p. 105.

<sup>230</sup> Ibid., p. 105.

<sup>231</sup> Ibid., p. 103.

<sup>232</sup> Ibid., p. 103.

<sup>233</sup> Ibid., p. 103.

<sup>234</sup> Ibid., p. 104.

<sup>235</sup> Ibid., p. 104.

<sup>236</sup> Ibid., p. 104.

<sup>237</sup> Ibid., p. 104.

<sup>238</sup> DEBORD, op. cit., p.105.

<sup>239</sup> Guy Debord cita como exemplo do tempo como consumo de imagem o fato de que, nos EUA, na época de sua pesquisa, a população passava, em média, de três a seis horas por dia assistindo a televisão.

imagem social do consumo do tempo, momentos de alegria e lazer são revelados como forma de contemplação à distância. Trata-se de uma mercadoria oferecida como se real fosse e cujo “retorno cíclico deve ser aguardado”<sup>240</sup>, o que de fato não ocorre. Daí ser *pseudocíclico*:

O tempo é a *alienação* necessária, como demonstrava Hegel, o meio em que o sujeito se realiza ao se perder, tornando-se outro para tornar-se a verdade de si mesmo. Mas seu contrário é justamente a alienação dominante, que é sofrida pelo produtor de um *presente estranho*. Nessa *alienação espacial*, a sociedade que separa pela raiz o sujeito e a atividade que ela lhe subtrai, o separa primeiro de seu próprio tempo. A alienação social superável é justamente aquela que proibiu e petrificou as possibilidades e os riscos de alienação *viva* no tempo<sup>241</sup>.

A época em que tudo se mostra como “giro acelerado de múltiplas festividades, é também uma época sem festa”<sup>242</sup>. Uma época em que a realidade foi paulatinamente substituída pela *publicidade* do tempo<sup>243</sup>. Se o tempo cíclico das sociedades pré-industriais era vivido realmente com a ilusão do imóvel. Na sociedade do espetáculo, o tempo também é espetacular e a realidade efetivamente se transforma, mas é vivida ilusoriamente. Nele “o passado domina o presente”<sup>244</sup>. História e memória ficam inertes na *falsa consciência do tempo*<sup>245</sup> e os consumidores são levados a condição de *expropriação violenta* do seu próprio tempo<sup>246</sup>:

g) o planejamento do espaço

Retomando o tema da *banalização* como a multiplicação de objetos a serem escolhidos sob a égide da quantidade e não da qualidade, Guy Debord considera que a acumulação de mercadorias produzidas em série também dissolveu a “autonomia e a qualidade dos lugares”<sup>247</sup>. Com o escopo de tornar-se cada vez mais parecido consigo mesmo, o *espaço livre da mercadoria*<sup>248</sup> é reconstruído a todo instante. Suprimindo a distância geográfica, a sociedade a recolhe internamente numa separação espetacular. O turismo, como

---

<sup>240</sup> DEBORD, op. cit., p.106.

<sup>241</sup> Ibid., p. 109.

<sup>242</sup> Ibid., p. 106.

<sup>243</sup> Ibid., p. 106.

<sup>244</sup> Ibid., p. 107.

<sup>245</sup> Ibid., p. 108.

<sup>246</sup> Ibid., p. 108.

<sup>247</sup> DEBORD, op. cit., p.111.

<sup>248</sup> Ibid., p. 112.

um “subproduto da circulação de mercadorias”<sup>249</sup>, se resume a um *banal ir e vir*, retirando o *tempo* da viagem e a realidade do próprio espaço.

Citando Lewis Mumford<sup>250</sup>, Guy Debord corrobora com a perspectiva de que os meios de comunicação de massa a longa distância foram exímios no isolamento da população, bem como eficazes formas de controle social. No entanto, muito embora o isolamento seja efetivamente uma regra do *urbanismo*<sup>251</sup>, há uma necessidade de reintegração dos trabalhadores. Entretanto, a referida reintegração deve ser controlada e executada tão somente “segundo as necessidades planificáveis da produção e do consumo”<sup>252</sup>. Não se trata, pois, de uma simples reintegração, mas sim de algo que seja capaz de reintegra-los como indivíduos *isolados em conjunto*<sup>253</sup>. Cria-se uma *pseudocoletividade* na sociedade da abundância mercantil, onde a cidade consome a si mesma<sup>254</sup> e o espaço urbano é planejado neste sentido.

h) a negação e o consumo na cultura

Em uma sociedade dividida em classes, a cultura representa “a esfera geral do conhecimento e das representações do vivido”<sup>255</sup>. A história, por sua vez, está intimamente relacionada à cultura, na medida em que aquela representa o cerne de toda cultura. Dessa forma, após fazer um breve panorama sobre a história da arte (do barroco ao dadaísmo e surrealismo) Guy Debord faz menção ao posicionamento dos *situacionistas*, movimento de contestação do qual fez parte (Internacional Situacionista<sup>256</sup>), para então chegar a conclusão de que “o consumo espetacular que conserva a antiga cultura congelada, inclusive com o reiterado remanejamento de suas manifestações negativas, torna-se abertamente em seu setor cultural o que ele é implicitamente em sua totalidade: *a comunicação do incomunicável*”<sup>257</sup>.

Trata-se, neste diapasão, da destruição da própria linguagem e das reais formas de comunicação. Tudo isso, contudo, é efetivamente mascarado pelo espetáculo, que tem por função fazer esquecer a história na cultura. Tal função, em certa medida, é executada através

<sup>249</sup> Ibid., p. 112.

<sup>250</sup> *La Cité à travers l'histoire*.

<sup>251</sup> O urbanismo é caracterizado por Debord como a “tomada de posse do ambiente natural e humano pelo capitalismo que, ao desenvolver sua lógica de dominação absoluta, pode e deve agora refazer a totalidade do espaço como seu *próprio cenário*”. DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. ABREU, Estela dos Santos (trad.). Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. p. 112.

<sup>252</sup> DEBORD, op. cit., p.114.

<sup>253</sup> Ibid., p. 114.

<sup>254</sup> Ibid., p. 115.

<sup>255</sup> Ibid., p. 119.

<sup>256</sup> Movimento que surgiu em 1957 e findou em meados de 1972. Tal movimento teve em Guy Debord seu pensador mais influente.

<sup>257</sup> DEBORD, op. cit. p. 125.

das modernas *pseudonovidades*, que ratificam a cultura como mais uma, dentre tantas outras, mercadorias vedete da sociedade espetacularizada. O pensamento da “organização social da aparência”<sup>258</sup>, neste interim, é tomado por completo pela *subcomunicação* e pelo pensamento especializado do sistema espetacular, que, como uma imagem, também se materializa como intermediador das relações:

Os especialistas do poder do espetáculo, poder absoluto no interior de seu sistema de linguagem sem resposta, são absolutamente corrompidos por sua experiência do desprezo e do êxito do desprezo; pois reencontram seu desprezo confirmado pelo conhecimento do *homem desprezível* que é realmente o espectador.

Na sociedade do espetáculo o plágio se torna necessário<sup>259</sup>, vez que o progresso o supõe. Ideias errôneas são substituídas, num constante transgredir da citação. Desvia-se a linguagem em uma comunicação “que não pode deter nenhuma garantia em si mesma”<sup>260</sup>. Daí então o motivo pelo qual, segundo o entendimento de Guy Debord, a negação da cultura, contraditória e estranhamente, guarda em si algum sentido. O resultado de sua transformação já não pode ser considerado cultural: “ela é o que sobra, de certa forma, no nível da cultura, embora numa acepção bem diferente”<sup>261</sup>.

i) a ideologia materializada

Guy Debord entende a ideologia como “a base do pensamento de uma sociedade de classes, no curso conflitante da história”<sup>262</sup>. Sendo assim, o espetáculo pode ser considerado a “ideologia por excelência”<sup>263</sup>, na medida em que ele exhibe as entranhas do sistema ideológico, a saber: “o empobrecimento, a sujeição e a negação da vida real”<sup>264</sup>. O espetáculo representa, portanto, a separação efetuada entre homem e homem. Representa a fase em que a expansão das coisas se opôs a própria vida, bem como ao momento em que se produz a *pseudonecessidade* pelo dinheiro.

Sob este viés, o espetáculo guardaria características do materialismo e do idealismo, porque, respectivamente: de um lado idealiza o mundo não como atividade, mas

---

<sup>258</sup> Ibid., p.127.

<sup>259</sup> Ibid., p. 134.

<sup>260</sup> Ibid., p. 134.

<sup>261</sup> Ibid., p. 135.

<sup>262</sup> Idem. p. 137.

<sup>263</sup> DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. ABREU, Estela dos Santos (trad.). Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. p.138.

<sup>264</sup> Idem.

sim como representação; e, de outro; pugna pela mediação técnica de signos e sinais<sup>265</sup>. Com a supressão dos limites entre o falso e o verdadeiro, toda a verdade vivida sucumbe aos ditames da “presença real da falsidade garantida pela organização da aparência”<sup>266</sup>. Assim, como uma forma de compensar o fato de estar à margem da própria existência, o consumidor só consegue desejar e praticar a imitação, compartilhando das regras do sistema espetacularizado:

O que a ideologia já era, a sociedade tornou-se. A desinserção da práxis, e a falsa consciência antidualética que a acompanha, eis o que é imposto em cada momento da vida cotidiana sujeita ao espetáculo; eis o que é preciso compreender como uma organização sistemática da ‘falha da faculdade de encontro’, e como sua substituição por um *fato alucinatório social*: a falsa consciência do encontro, a “ilusão do encontro”. Numa sociedade em que ninguém consegue ser *reconhecido* pelos outros, cada indivíduo torna-se incapaz de reconhecer sua própria realidade. A ideologia está em casa; a separação construiu seu próprio mundo<sup>267</sup>.

Diante de todo o exposto, pode-se apontar como pálida conclusão, que os pressupostos teóricos apresentados neste capítulo parecem apontar para o fato de que as bases da governamentalidade neoliberal, onde consumidor se confunde com a própria mercadoria, estariam intimamente relacionadas com o conceito de *indústria cultural*. Isso ocorreria justamente porque mercado e mercadoria tem um fim em si mesmo e, por conseguinte, sua existência não está em função do consumidor. Ele também é um objeto desta indústria, que preconiza o individualismo e a supremacia do pensamento mercantilizado e mercantilizador por meio da falsa consciência.

A sociedade espetacularizada, por sua vez, também parece encaixar-se como uma luva ao modelo de governamentalidade neoliberal (alicerçado no sistema de verificação). Está-se diante de um mundo invertido. Um mundo no qual o Mercado dita a verdade, ou melhor, “algo que é como uma verdade”<sup>268</sup>. Neste mundo realmente invertido, afirma Debord, “o verdadeiro é um momento do falso”<sup>269</sup> e nele tudo confirma a escolha pelas regras de mercado:

(...) sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o

---

<sup>265</sup> Idem. p. 139.

<sup>266</sup> Idem. p. 140.

<sup>267</sup> Idem. p. 139-140.

<sup>268</sup> FOUCAULT, op. cit. p. 44.

<sup>269</sup> DEBORD, op. cit., p. 11.

espetáculo constitui o *modelo* presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha *já feita* na produção, e no seu corolário — o consumo<sup>270</sup>.

Trata-se de um modelo de governamentalidade em que tudo passa a ser analisado em termos de mercadoria e do que é mais vantajoso para ela (mercadoria). Salta aos olhos, mais uma vez, uma realidade forjada nos pressupostos neoliberais, realidade esta vivida através de imagens e representações do que se quer tratar como verdade. Justamente tomando como parâmetro os pressupostos teóricos que subsidiaram o presente capítulo (adiante devidamente relacionados com o objeto de pesquisa), buscar-se-á investigar acerca da notícia sobre o crime como mercadoria, bem como do *poder televisivo* transformado em agência do *poder punitivo*.

---

<sup>270</sup> Ibid., p. 10.

### 3. DE COMO A NOTÍCIA SOBRE O CRIME SE TRANSFORMOU EM MERCADORIA

Segundo Bonjardim<sup>271</sup>, pode-se afirmar que, desde sua invenção, tanto a imprensa (a partir do século XV), quanto o rádio (em meados de 1920) e a televisão (a partir de 1928) marcaram significativa presença nos mais importantes acontecimentos históricos já registrados. Outra constatação, que não se pode eclipsar, refere-se ao fato de que, em verdade, o alcance obtido pelos referidos meios de comunicação no passado, indubitavelmente, nem se compara com a grandiloquente abrangência vivida na contemporaneidade. Na era em que tudo ultrapassa as fronteiras nacionais, não seria diferente com a mídia. Mas o que vem a ser *mídia*, afinal? Que veículos de comunicação por ela são abrangidos?

Ora, em termos etimológicos<sup>272</sup>, a palavra *mídia* advém do vocábulo *media* (plural de *medium*) e traz consigo a carga semântica de “meio”, forma reduzida de *mass media*. Sendo assim, pode ser compreendida como o “conjunto dos meios de comunicação produzidos em massa e veiculados para uma massa indistinta de público”<sup>273</sup>. No Brasil, assim como a transformação de *cheese burger* para *x-burger*, o termo sofre uma construção linguística espúria e adquire a forma “*mídia*” a partir da pronúncia da palavra norte-americana *media*, falando-se atualmente em “multimídia”, “hipermídia” e tantos outros.

Constata-se, nessa esteira de raciocínio, que o termo *mídia* é demasiadamente abrangente, falando-se no complexo grupo de veículos comunicacionais produzidos em massa e para massa. Ocorre que, dentre os referidos meios, um parece receber especial destaque: a televisão. Pelo menos no Brasil, uma simples viagem de carro pelas estradas afora de sua imensidão territorial é capaz de trazer à baila uma constatação: um pequeno barraco (de madeira, barro ou papelão), cuja aparência faz julgar a inexistência dos mínimos recursos necessários à sobrevivência, é, quase sempre (senão sempre), equipado, pelo menos, com uma antena parabólica ou (situação cada vez mais rotineira) com uma antena receptora de canal fechado.

Conforme explicitado no item 2.3.2 deste trabalho, desde a época em que Adorno e Horkheimer<sup>274</sup> escreveram *Dialética do Esclarecimento*, era possível constatar que (a até então nascente) tecnologia da televisão se espalharia rapidamente confirmando o

<sup>271</sup> BONJARDIM, Estela Cristina. O acusado, sua imagem e a mídia. São Paulo: Max Limonad, 2002, p. 58.

<sup>272</sup> MARCONDES FILHO, Ciro (org.). Dicionário da Comunicação. São Paulo: Paulus, 2009, p. 249.

<sup>273</sup> Ibid., p. 249.

<sup>274</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit.

esquematismo da indústria cultural. Dentre todos os meios comunicacionais, a televisão, como a união entre o rádio e o cinema, adentraria nas casas e flagraria os consumidores em sua privacidade doméstica com o poder sinestésico dos filmes. Segundo os autores<sup>275</sup>, já era possível vislumbrar o quanto este meio comunicacional empobreceria os materiais estéticos e confirmaria o triunfo descarado da indústria cultural.

Imbricado a esta lógica, o consumo de imagens da sociedade do espetáculo é retratado por Guy Debord<sup>276</sup> com um exemplo interessante: nos Estados Unidos, aquando da publicação da *Sociedade do Espetáculo*, a população passava, em média, de três a seis horas por dia assistindo à televisão. Tem-se que o exemplo citado pelo pensador francês, muito embora retrate uma sociedade no início do século XX, parece coadunar-se, sobremaneira, tanto aos dias atuais, quanto a realidade sócio-espacial do Brasil. A televisão preenche os lares dos brasileiros e está presente nestes em quantidade maior do que qualquer outra coisa. Neste sentido é o exemplo de Sodré<sup>277</sup>:

Uma cena típica do Brasil em sua modernidade do final do milênio: uma inspeção da Secretaria de Saúde no Município de Bom Conselho (Pernambuco) verifica que no posto médico local não há álcool, nem gaze, nem medicamentos. Mas há uma antena parabólica. Em meio à miséria, numa situação de carência quase absoluta, captam-se as imagens televisivas de prosperidade não só do Centro-Sul brasileiro, núcleo modernizado de produtividade econômica, mas também eventualmente dos centros capitalistas mundiais.

Pode-se afirmar, ainda, que dentre as mais variadas (e também iguais) programações oferecidas pela televisão aos seus telespectadores, a notícia sobre a prática delitativa se tornou uma rotina. É impossível acordar e não ter notícias matinais sobre latrocínios, homicídios, estupros e tráfico de drogas. As emissoras de televisão mantêm, pelo menos três vezes ao dia (às 8h; às 12h e às 18h), no formato café, almoço e jantar, programas que envolvem e promovem a demonização do criminoso. Assim, como uma fórmula mágica de sucesso, e nomes populares, que indicam um quê de filmes policiais, tais como a “cidade contra o crime”<sup>278</sup>, a televisão tem promovido um circo cujo espetáculo constitui um atentado ao Estado Democrático de Direito.

<sup>275</sup> Ibid., p. 117.

<sup>276</sup> DEBORD, op. cit., p.105.

<sup>277</sup> SODRÉ, Muniz. *Sociedade, Mídia e Violência*. Porto Alegre: Sulina: Edipucrs 2002. 2ª Ed.(2006). Coleção Comunicação 22, p. 11-12.

<sup>278</sup> “Cidade contra o Crime” faz parte da programação local da Rede Bandeirantes de televisão.



Justamente levando em consideração estes aspectos, o presente capítulo abordará efetivamente o tema da mercantilização da notícia sobre o crime. Fazendo os devidos entrelaçamentos com o referencial teórico apresentado no capítulo anterior, pretende-se, inicialmente, fazer um recorte metodológico. Assim, eleger-se-á a televisão como o veículo midiático no qual é perfeitamente possível vislumbrar as características do neoliberalismo, indústria cultural e sociedade do espetáculo. Em seguida, far-se-á mais um recorte, de maneira que a análise debruçar-se-á sobre o telejornal, como uma maneira de demonstrar tanto a mercantilização da notícia sobre o crime, quanto a hipótese de que a televisão tem exercido, pelo menos no Brasil, o poder punitivo que, por essência, é estatal.

### 3.1. A Televisão como simulacro da realidade

Etimologicamente<sup>279</sup>, a palavra televisão advém dos morfemas *tele* e *visione*, que significam respectivamente em grego e latim: distante e visão. Trata-se, portanto, de um vocábulo que, semanticamente, guarda íntima relação com o processo de construção dessa tecnologia, pois “o que vemos no tubo catódico é uma imagem recuperada, sintetizada, ou seja, uma imagem reconstruída a partir de uma série de transmissões”<sup>280</sup>. Tem-se, neste interim, a transformação daquilo que era, tão somente, o registro físico de partículas de luz (no caso da fotografia), para a efêmera transmissão de elétrons. A imagem televisiva, assim como o próprio nome sugere, “perde a referência com o mundo real”<sup>281</sup> e metamorfoseia a realidade em um simulacro: uma simulação da própria realidade.

Muito embora hoje a televisão não detenha o monopólio total das informações, como sugere Marcondes Filho<sup>282</sup>, na medida em que a internet, por exemplo, ganha cada vez mais espaço, a TV continua a representar o “mundo” de milhares de pessoas. A internet, mesmo abraçando o cotidiano de muitos, não está presente em todos os lares brasileiros. Tal fato provavelmente está relacionado ao custo do acesso à rede mundial de computadores que, muito embora tenha reduzido nos últimos anos, ainda não corresponde a um valor que possa ser facilmente adquirido pelas camadas mais pobres da sociedade, o que fortalece sobremaneira o poderio da televisão, que tem um custo bem menor.

<sup>279</sup> MARCONDES FILHO, Ciro (org.). Dicionário da Comunicação. São Paulo: Paulus, 2009, p. 342.

<sup>280</sup> Ibid., p. 342.

<sup>281</sup> Ibid., p. 342.

<sup>282</sup> Marcondes Filho afirma que a TV é a senha para o mundo, pois monopoliza todo o sistema atual de informações. Discordamos desta afirmação, na medida em que a contemporaneidade é repleta de tantos outros meios de informação, podendo-se citar como exemplo a internet. MARCONDES FILHO, Ciro. Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus, 2009, p. 89.

Outra questão interessante a ser destacada corresponde ao fato de que, nos primórdios de sua criação, a TV efetivamente representava o “mundo fantasia” descrito por Marcondes Filho<sup>283</sup>. Contudo, o mundo que ela representa hoje já não é mais o paraíso na própria Terra. Se outrora, em pleno crescimento urbano do século XX, a televisão esmerava-se em mostrar um mundo domesticado e sob controle, isolando os telespectadores em uma redoma, a contemporaneidade vive um momento diametralmente oposto. Ora, o mundo *fantasia* continua existindo, só que agora sob novas perspectivas. A realização “das vontades e desejos coletivos”<sup>284</sup> ainda persiste: a grande questão é que agora os desejos não são mais os mesmos.

Se antes o “mundo dos mendigos de rua, da violência do trânsito, da sujeira das cidades, do abandono geral, da decadência de toda uma civilização”<sup>285</sup> não era registrado, hoje essas características não apenas são mostradas nas telinhas, mas também recebem especial destaque. A cracolândia, o motorista que mata outro a facadas, as enchentes provocadas pelo acúmulo de lixo, bueiros entupidos, desvio de verbas públicas, protestos, protestos e mais protestos... Enfim, a televisão não é mais uma bolha ou um laboratório que não comporta contaminação (se é que um dia foi), como sugere Marcondes Filho<sup>286</sup>. A contemporaneidade é a era de uma televisão que mostra e alastra a violência, a miséria e o crime.

Nos moldes do que assevera Bourdieu<sup>287</sup>, a televisão tem exercido uma “violência simbólica” constituindo seu pensamento um risco ao próprio Direito. A mídia, por meio dela (televisão), materializa um domínio sobre a própria formação de opinião pública, manipulando parcela significativa da população e, por conseguinte, criando uma “massa homogênea não-pensante”, que só repete os ditames por ela impostos. Por meio de um discurso latente, dramatizando teatralmente as informações, apresenta aos telespectadores apenas uma versão dos fatos, fragmentando a realidade e impedindo o efetivo conhecimento do todo. Dessa forma, o poder simbólico da televisão é capaz:

(...) de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto o mundo; poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou

<sup>283</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões*. São Paulo: Paulus, 2009, p. 89.

<sup>284</sup> *Ibid.*, p. 89.

<sup>285</sup> *Ibid.*, p. 89.

<sup>286</sup> *Ibid.*, p. 89.

<sup>287</sup> BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Trad. Maria Lucia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for *reconhecido*, quer dizer, ignorado como arbitrário. Isso significa que o poder simbólico não reside nos <<sistemas simbólicos>> em forma de uma <<illocutionary force>> mas que se define numa relação determinada – e por meio desta – entre os que exercem o poder e os que lhe estão sujeitos, quer dizer, isto é, na própria estrutura do campo em que se produz e se reproduz a *crença*<sup>288</sup>.

A TV, neste sentido, representa uma forma de implementação de um falso-discurso sobre a realidade (um simulacro). Paradoxalmente, ao mesmo tempo em que mostra a dor e a miséria, a televisão é capaz de ocultar as desigualdades. Para tanto, ela mascara a exclusão social e contém a indignação do povo, desprovido dos mínimos recursos negados pelo Estado, na medida em que os faz sentirem-se importantes quando retratados e reproduzidos nas “telinhas”: o “pastel da dona Jura”, as “empreguetes”, o “pereirão” (mulher forte, pobre, que cuida sozinha da família e consegue “dar a volta por cima” e enriquece), a “senhora do destino” (retirante nordestina que vence na “cidade grande”), enfim, são muitos os exemplos de programas que acariciam o ego dos telespectadores e os acalmam.

Há de se falar, ainda, na perpetuação da malfadada política romana de “pão e circo”. São os verdadeiros “talk shows” do terror! O sangue praticamente escorre das falas programadas dos jornalistas que, sempre no mesmo formato, comandam programas de televisão que lucram com a veiculação dos mais “bárbaros crimes”, como costumam relatar. Trata-se de uma programação “hollywoodiana” ou que transforma o crime em novela policial. O criminoso é filmado, fotografado e interrogado pelo jornalista. Os programas de televisão se encarregam de despertar o mais íntimo sentimento de vingança e indignação no coração dos telespectadores, que constantemente são chamados a participar de alguma forma da perseguição ao acusado, o “monstro”, que deve ser executado para que o sentimento de impunidade não atinja escalas alarmantes.

Especificamente no que se refere ao Direito Penal, a televisão também funciona como fábrica de produção de uma realidade mitológica. Fomenta-se por meio dela um discurso de “Direito Penal do terror” e conseqüente eleição de inimigos a serem combatidos, o que, por conseqüente dá azo a uma expansão penal. Dessa forma, fala-se na criminalização crescente de condutas ou na transformação de contravenções penais em crimes. Fala-se em redução da maioria penal. Fala-se em pena de morte. A população anseia pelo

---

<sup>288</sup> BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Fernando Tomaz (trad.) 12ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009, p. 15.

agigantamento dos sistemas de repressão criminal, capaz de conferir a “paz na terra aos homens de boa vontade”.

Proliferam-se os sentimentos de medo e insegurança. Incita-se a difusão de uma única solução: repressão penal, coerção, combate ao crime a qualquer custo, mesmo que os direitos constitucionalmente assegurados venham a ser vilipendiados. Insta-se salientar, contudo, que a violência materializa, verdadeiramente, um elemento intimamente interligado ao próprio fato social e não é específico de uma parcela indigna que deve ser exterminada do planeta. Sem sentido, portanto, a exploração de casos extremos efetuada pela TV, mecanismo este que pretende mitigar as garantias oriundas das regras do jogo democrático.

O criminoso retratado nas telinhas também marca a passagem do “mundo invisível” para o “visível” retratado por Marcondes Filho<sup>289</sup>. Todavia, não se trata de alguém escolhido para ganhar um milhão, não se trata de alguém que milagrosamente ingressou na carreira artística como cantor ou ator. Trata-se de alguém que não se encaixa nos padrões da sociedade. Trata-se de um *ser (ou não ser) inútil*: a maneira pela qual são expostos na televisão, sempre vinculados a símbolos, imagens e expressões linguísticas pertencentes a grupos marginalizados, os coloca na alça de mira da população (que teme ao vislumbrar andando pelas ruas um “vulgo lourinho”: o negro, pobre com topete louro e cara de bandido) e, sobretudo, de todas as outras agências do sistema penal.

### 3.1.1. O noticiário e as regras de manipulação

De acordo com Chauí<sup>290</sup>, os noticiários operam a partir de três premissas básicas. Primeiramente, levando em consideração tanto os horários das transmissões quanto o público a que se destinam, as notícias são catalogadas e distribuídas em grupos distintos. Assim, os noticiários diurnos e do início da noite tendem ao “sensacionalismo e o popularesco”<sup>291</sup>, enquanto os noticiários de fim de noite, além de apresentarem um maior número de fatos, buscam a sofisticação. Em segundo lugar, notícias passíveis de desagradar os patrocinadores ou os poderes estabelecidos são filtradas e vetadas. Finalmente, os noticiários são sistematicamente organizados em uma ordem apaziguadora. Nas palavras da autora:

Em sequência, apresentam, no início, notícias locais, com ênfase nas ocorrências policiais, sinalizando o sentimento de perigo; a seguir, entram as notícias regionais, com ênfase em crises e conflitos políticos

<sup>289</sup> MARCONDES FILHO, op. cit., p. 89.

<sup>290</sup> CHAUI, Marilena. Simulacro e Poder: uma análise da mídia. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006, p. 48.

<sup>291</sup> Ibid., p. 48.

e sociais, sinalizando novamente o perigo; passam a notícias internacionais, com ênfase em guerras e cataclismos (maremoto, terremoto, enchentes, furacões), ainda uma vez sinalizando perigo; mas concluem com as notícias nacionais, enfatizando as ideias de ordem e segurança, encarregadas de desfazer o medo produzido pelas demais notícias. E, nos finais de semana, terminam com notícias de eventos artísticos ou sobre animais (nascimento de um ursinho, fuga e retorno de um animal em cativeiro, proteção a espécies ameaçadas de extinção), de maneira a produzir o sentimento de bem-estar no espectador pacificado, sabedor de que, apesar dos pesares, o mundo vai bem obrigado<sup>292</sup>.

Demonstra-se, neste interim, um modelo de noticiário eivado de regras capazes de manipular a realidade efetivamente vivida pela sociedade. Os noticiários televisivos constroem um mundo irreal, repleto de imagens “escolhidas, selecionadas, editadas, comentadas e interpretadas”<sup>293</sup>. Não se trata de falha ou defeito nos noticiários. Trata-se, ao contrário, de um procedimento deliberadamente praticado, repetido e disseminado, com o intuito de efetuar um “controle social, político e cultural”<sup>294</sup>. Sendo assim, a televisão, por meio do noticiário, ilude a todos. Aparentemente deixa todos informados sobre tudo, entretanto, é fato: nada se sabe.

Nessa linha de raciocínio, Chauí<sup>295</sup> apregoa que as regras de manipulação apresentadas por Umberto Eco em *Viagem na Irrealidade Cotidiana* podem ser perfeitamente aplicadas aos noticiários. Dessa forma, a primeira regra de manipulação determina que uma notícia deve ser comentada tão somente naquilo que pode ou deve ser comentada, enquanto a segunda regra preconiza a necessidade de utilização do vocabulário repleto de adjetivações e de um cuidadoso jogo de palavras. O importante é comentar a notícia de maneira grandiloquente, nem que seja para dizer “isto é uma vergonha”; como fazia o jornalista Boris Casoy; ou, simplesmente, “corta pra mim”; o mais novo jargão televisivo implantado por Marcelo Rezende.

Se não há nada a comentar e nenhum jargão a ensinar, a terceira regra preleciona: “em caso de dúvida, é melhor calar”<sup>296</sup>. Isso ocorre porque a sensação de dúvida enfraquece sobremaneira a notícia. A quarta regra, por sua vez, determinada que a má notícia deve ser implantada onde ninguém a espera (se bem que hoje o telespectador já a espera). Como quinta

---

<sup>292</sup> CHAUI, op. cit., p. 48-49.

<sup>293</sup> Ibid., p. 50.

<sup>294</sup> Ibid., p. 50.

<sup>295</sup> Ibid., p. 49.

<sup>296</sup> CHAUI, op. cit., p. 49.

regra, todo o linguajar trivial é extirpado: “por que dizer polenta se pode dizer purê de milho?”<sup>297</sup>. A notícia completa só pode ser dada se os jornais do dia seguinte já a publicaram, eis aí a sexta regra. E, finalmente, as regras sete, oito, nove e dez: só se exponha se o governo já se expôs; dê a tudo um ar de oficialidade; o que é relevante deve ser narrado, o que é inútil deve ser filmado; coisas importantes devem ser mostradas apenas se oriundas de outro país.

### 3.1.2. O telejornal (uma forma de observar a realidade televisionada)

Seguindo as contribuições de Marcondes Filho<sup>298</sup>, em sua gênese, o telejornalismo poderia ser interpretado como uma espécie de “leitura televisionada de notícias da imprensa”<sup>299</sup>. Tem-se que, em meados da década de sessenta, criou-se toda uma linguagem própria da TV (com direito a reportagens, vinhetas e cenário) e, por conseguinte, o apresentador, que outrora ocupava a posição de mero narrador (uma voz de fundo que ilustrava imagens), passou a ser considerado a estrela principal de um verdadeiro “*show* televisivo”<sup>300</sup>.

O telejornal, destacado como o gênero mais importante em matéria de noticiário da televisão, marcado por essa nova lógica, parece revelar uma padronização no mundo inteiro. Com isso, suas características, que se “confundem com a própria lógica da TV como um todo”<sup>301</sup>, demonstram a existência de um “paradigma próprio desse gênero”<sup>302</sup>. Justamente por esse motivo, Marcondes Filho<sup>303</sup>, analisando o referido paradigma, destaca cinco atributos do telejornal, a saber: a) o modelo esportivo; b) a lógica da velocidade; c) a preferência do “ao vivo”; d) substituição da verdade pela emoção; e, finalmente, e) a popularização e o expurgo da reflexão.

#### a) O modelo esportivo

Quando menciona o *modelo esportivo*, o autor em comento se refere ao fato de que, na produção de telejornais, as notícias são constantemente veiculadas como se um jogo de futebol estivesse sendo apresentado. Muito embora o autor relate que no evento esportivo as interferências do narrador são mínimas, citando como exemplo o programa europeu “*No comments*”, onde são televisionados fatos apenas por meio de imagens, com absoluta

<sup>297</sup> Ibid., p. 49.

<sup>298</sup> MARCONDES FILHO, op. cit., p.80.

<sup>299</sup> Ibid., p. 79.

<sup>300</sup> Ibid., p. 79.

<sup>301</sup> Ibid., p. 80.

<sup>302</sup> Ibid., p. 80.

<sup>303</sup> Ibid., p. 80.

ausência de som explicativo, pelo menos no Brasil, essa realidade parece ser outra. O narrador esportivo tem comentado o jogo e muito mais do que ele. Fala sobre a vida dos jogadores, mostra a esposa famosa do jogador na plateia, faz pesquisa interativa, faz propaganda (de produtos e da programação da emissora) e convida o telespectador a não sair da telinha nem nos entremeios do jogo, pois um verdadeiro *show do intervalo* o espera.

No Brasil, definitivamente, o narrador esportivo não se limita a narrar o jogo e, muito menos, fala o mínimo possível. Entre um lance e outro ele emite suas impressões pessoais. Entre um lance e outro dramatiza uma jogada simples para manter a audiência. Entre um lance e outro, cercado de “especialistas” (o ex-jogador, o ex-árbitro, o ex-técnico, artistas que “amam o esporte”, jornalistas esportivos de larga experiência) emite opiniões instantâneas, que dificilmente refletem a complexidade das jogadas, mas são tomadas como verdades universais. E, finalmente, entre um lance e outro, adentram na psique dos jogadores, sendo comum ouvir dos narradores esportivos as expressões: “nesse momento ele pensou isso” ou “na cabeça dele está passando o seguinte”.

Sendo assim, comparar o telejornal ao *modelo esportivo* parece ter ganhado novas conotações (pelo menos no Brasil). No telejornal, as notícias apresentadas não corporificam imagens com o mínimo de intervenção do narrador. Se o narrador esportivo narra o jogo e muito mais do que ele, o apresentador do telejornal leva ao público a notícia e muito mais do que ela: fala dos *personagens* envolvidos na trama, perquire sobre seu histórico familiar, social e emocional; comenta sobre a roupa e o estado de espírito dos abarcados pelo fato selecionado. O apresentador do telejornal, também emite suas impressões pessoais sobre o fato narrado (ele precisa comentar a notícia<sup>304</sup>) e estas, por sua vez, tornam-se verdades universais.

E, finalmente, além de fazer propaganda (de produtos e da programação da emissora), o telejornal também está repleto de “especialistas”: psicólogos, pedagogos, assistentes sociais, médicos, peritos, advogados, promotor e delegado “do caso”, juiz, os amigos de infância dos envolvidos e, como não poderia deixar de ser, os artistas (pessoas experientes e importantes modelos para a sociedade). Estes especialistas são interrogados não apenas pelo apresentador, mas também pelos telespectadores que, de casa ou do trabalho, podem participar enviando mensagens ou ligando para a emissora de televisão e participando

---

<sup>304</sup> Ver o tópico 3.1.1. “O noticiário e as regras de manipulação”.

ao vivo da entrevista. Todos querem saber os porquês de tudo e a televisão lhes dá as respostas (ou pelo menos finge).

#### b) A lógica da velocidade

A lógica da velocidade é retratada por Marcondes Filho<sup>305</sup> tanto como referência ao ritmo acelerado das apresentações, quanto em relação “à rapidez com que cada emissora traz um fato ao público”<sup>306</sup>. Ora, de acordo com o mencionado autor, o tema apresentado no telejornal, não tem sua importância medida pela relação de qualidade e valor para o bem-estar econômico, político, social ou cultural das pessoas, mas sim pelo critério de ser ou não apresentado antes das demais emissoras. Trata-se de verdadeira corrida de fórmula 1, onde o melhor é escolhido quando passa por primeiro na linha de chegada:

A televisão incorpora um componente das tecnologias do virtual, o tempo zero, a velocidade da luz, a instantaneidade entre a produção e emissão de um fato. O suprassumo dos sistemas informativos seria a retransmissão de tudo ao mesmo instante, os telespectadores como suas ‘testemunhas oculares’<sup>307</sup>.

As notícias passam em ritmo frenético e acelerado. Contudo, tal efeito de aceleração não é captado de imediato pela percepção humana e o preço da rapidez é o esvaziamento do conteúdo. Como funcionários de uma linha de montagem acelerada<sup>308</sup>, os jornalistas são convidados a selecionar rapidamente a notícia que será veiculada, trazendo mecanicamente fatos diferentes com “os mesmos enfoques, as mesmas caracterizações”<sup>309</sup>. Cria-se, neste contexto, um jornalismo repetitivo: qualquer que seja o conteúdo, as notícias se enquadram em uma espécie de fôrma, cujo contorno denuncia seus *padrões viciados e imutáveis*<sup>310</sup>.

A eleição do rápido, segundo Marcondes Filho<sup>311</sup>, pode levar a desastrosas consequências. Em primeiro lugar, citando Paul Virgílio, corrobora que a eleição do imediato e instantâneo traz consigo o perigo de “assassinar a democracia”<sup>312</sup>, na medida em que representa uma nova forma de dominação (como democratizar o rápido? Como democratizar excluindo-se a reflexão?). Em segundo lugar, citando Platão e Bognoux, considera que o

<sup>305</sup> MARCONDES FILHO, op. cit., p.80-81.

<sup>306</sup> Ibid., p. 80.

<sup>307</sup> Ibid., p. 81.

<sup>308</sup> Ibid., p. 81.

<sup>309</sup> Ibid., p. 81.

<sup>310</sup> MARCONDES FILHO, op. cit., p.80.

<sup>311</sup> Ibid., p. 81.

<sup>312</sup> Ibid., p. 81.



sentimento de urgência pode levar a ausência do pensar: “o rápido impede o pensar sobre a coisa”<sup>313</sup>. E, finalmente, em terceiro lugar, o culto à celeridade está intimamente ligado à reação automática e irracional. Como imbricação direta, “o critério do imediato no telejornal pode levar a equívocos, a juízos precipitados e a grandes erros”<sup>314</sup>, dando origem a denuncismos e ao linchamento mediático.

Finalmente, além das consequências apontadas pelo autor em comentário, destaca-se no cenário nacional outro fato notadamente interligado ao paradigma da *lógica da velocidade*. A pressa pela notícia e a fôrma a que está submetida transformam a edição dos telejornais em uma repetição sem fim. Do jornal matinal ao noturno, as falas se repetem em um eterno devir. Elege-se um tema; erige-se um *pseudo-fato* (preferencialmente um crime). A partir de então, mecânica e fatalmente, tudo se repete em todas as emissoras. Foi o que aconteceu com o casal Nardoni<sup>315</sup>, o goleiro Bruno e seu amigo “Macarrão”<sup>316</sup>, Elize Matsunaga (a mulher que matou o marido a facadas e o esquartejou<sup>317</sup>), mais recentemente, a notícia sobre protestos (“o Gigante acordou”<sup>318</sup>, diziam os jornais) e, mais recentemente ainda, a “fatídica” ação de Caio Silva de Souza no Rio de Janeiro, responsável pela morte de um repórter fotográfico durante mais um protesto.

c) a preferência do “ao vivo”

A preferência pelo “ao vivo” representa a vontade do próprio jornalista de fazer parte da história que transcorre em sua frente. Ora, para alguns jornalistas, a transmissão “ao vivo” está intimamente ligada a “pureza plena de uma transmissão”<sup>319</sup>, na medida em que através dela os fatos chegam a falar por si sós, dispensando-se qualquer explicação. Tem-se,

<sup>313</sup> Ibid., p. 82.

<sup>314</sup> Ibid., p. 82.

<sup>315</sup> Ver, por exemplo, as reportagens disponíveis em: [www.istoe.com.br/reportagens/57059\\_AS+CARTAS+DO+CASAL+NARDONI+.html](http://www.istoe.com.br/reportagens/57059_AS+CARTAS+DO+CASAL+NARDONI+.html); [noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias-2010/3/27/casal-nardoni-e-condenado.htm](http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias-2010/3/27/casal-nardoni-e-condenado.htm); [www.estadao.com.br/noticias/cidades,casal-nardoni-e-condenado-pela-morte-de-isabella,529968,0.htm](http://www.estadao.com.br/noticias/cidades,casal-nardoni-e-condenado-pela-morte-de-isabella,529968,0.htm).

<sup>316</sup> Ver, por exemplo, as reportagens disponíveis em: [veja.abril.com.br/tema/caso-bruno](http://veja.abril.com.br/tema/caso-bruno); [istoevip.terra.com.br/reportagem/194449\\_caso+bruno+advogado+abandona+defesa+b+macarrão](http://istoevip.terra.com.br/reportagem/194449_caso+bruno+advogado+abandona+defesa+b+macarrão); ou, ainda, [www1.folha.uol.com.br/especial/2012/julgamentodogoleirobruno/](http://www1.folha.uol.com.br/especial/2012/julgamentodogoleirobruno/)

<sup>317</sup> Ver, por exemplo, as reportagens disponíveis em: [noticias.terra.com.br/brasil/policia/caso-yoki-elise-vai-a-juri-popular-por-matar-e-esquartejar-matsunaga,303544893](http://noticias.terra.com.br/brasil/policia/caso-yoki-elise-vai-a-juri-popular-por-matar-e-esquartejar-matsunaga,303544893); [noticias.r7.com/sao-paulo/caso-yoki-nova-restituicao-do-crime-e-feita-hoje-tem-a-participacao-de-elise-1402201](http://noticias.r7.com/sao-paulo/caso-yoki-nova-restituicao-do-crime-e-feita-hoje-tem-a-participacao-de-elise-1402201); ou, ainda, [odia.ig.com.br/porta/brasil/caso-yoki-empresario-tinha-medo-que-mulher-matasse-amante-1.454096](http://odia.ig.com.br/porta/brasil/caso-yoki-empresario-tinha-medo-que-mulher-matasse-amante-1.454096)

<sup>318</sup> Ver, por exemplo, as reportagens disponíveis em: [exame.abril.com.br/brasil/noticias/o-ano-que-o-gigante-acordou](http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/o-ano-que-o-gigante-acordou); [veja.abril.com.br/blog/ricardo-setti/tag/o-gigante-acordou/](http://veja.abril.com.br/blog/ricardo-setti/tag/o-gigante-acordou/)

<sup>319</sup> MARCONDES FILHO, op. cit., p.83.

entretanto, que o conceito de pureza não passa de uma ilusão<sup>320</sup>. Qualquer transmissão, ainda que seja “ao vivo”, guarda consigo o peso de mera reprodução e, portanto, é fruto da escolha entre aquilo que acontece e o que será efetivamente registrado e publicado. Do cinegrafista ao diretor de TV, todos interferem: escolhem as pessoas, os atos, os fatos, os ângulos:

(...) o que vemos num ‘ao vivo’ não passa de um resultado de muitas escolhas, de muita gente interferindo, em suma, é uma produção, não é a ‘coisa em si’, como captura automática. No jornalismo, só existem visões particulares, ‘impuras’, ‘defeituosas’ ou ‘corrompidas’ pelos nossos critérios pessoais e subjetivos<sup>321</sup>.

A emoção (tratada no item a seguir) também parece estar interligada ao paradigma da preferência pelo “ao vivo”. Ao assistir um telejornal, é notório o verdadeiro desvairo sentido por aquele que faz a transmissão “ao vivo”: o jornalista passa a transpirar medo, indignação, tristeza e alegria. Suas emoções, mais à flor da pele do que nunca, comovem os telespectadores que, por sua vez, são tomados por toda sorte de sentimentos. O entusiasmo do “ao vivo” prende a todos: mais importante do que a notícia (não interessa se falsa ou verdadeira) é a emoção por ela transmitida.

#### d) substituição da verdade pela emoção

Os telejornais também corporificam a égide do poderio das lágrimas sobre a verdade<sup>322</sup>. Para que a notícia possa ser veiculada como informação, não basta, pois, que ela tenha de fato ocorrido. Isso não é suficiente. Há uma necessidade recorrente de promover o despertar de emoções: as cenas são filmadas de maneira a expurgar a monotonia e, ao mesmo tempo, trazer algo instigante. O imperativo manda “atrair” e “segurar” o telespectador, para tanto, o telejornal faz um *mix* de preocupação e esperança. Não é qualquer imagem que pode ser utilizada, mas tão somente as que receberem a alcunha de “interessantes”, “provocantes” ou “curiosas”<sup>323</sup>:

O telespectador busca na TV sentir as mesmas emoções que ele gostaria de poder viver no real, presenciando a coisa. Quando a TV lhe proporciona isso, quando ela o faz chegar às lágrimas, para ficar no exemplo, ele sente internamente um conforto, o de ter participado vivamente do acontecimento. Isso lhe dá um valor de verdade e de autenticidade. Se eu senti, é porque a coisa me tocou como uma vivência real<sup>324</sup>.

<sup>320</sup> Ibid., p. 83.

<sup>321</sup> MARCONDES FILHO, op. cit., p.84.

<sup>322</sup> Ibid., p. 85.

<sup>323</sup> Ibid., p. 84.

<sup>324</sup> Ibid., p. 84.

Sob a égide desse raciocínio, Marcondes Filho<sup>325</sup> alerta para o fato de que as emoções podem ser facilmente manipuladas. Segundo o autor, “a produção de emoções e envolvimento é uma questão puramente técnica”<sup>326</sup>. Dessa forma, o tempo dispensado a determinada imagem; a música de fundo; a lentidão das cenas em certo momento e o simples tom de voz do narrador; são suficientes para transformar um pequeno e corriqueiro fato em uma épica saga capaz de fazer a nação inteira chorar. O paradigma da emoção completa a lógica da velocidade e da preferência do “ao vivo”, como instrumentos “perigosos”<sup>327</sup> ávidos a jogar com a dimensão irracional da sociedade.

e) a popularização e o expurgo da reflexão

A popularização corresponde a um procedimento tipicamente televisivo. Balizada pela máxima de que “nada pode dar trabalho ao telespectador”<sup>328</sup>, a televisão declina todo e qualquer tipo de pensamento complexo. Trata-se não apenas de uma exigência mercadológica, mas de um princípio de transmissão de imagens<sup>329</sup>. Trabalhando por meio de unidades simples e compreensíveis, a TV cartesianamente fragmenta as informações e as disponibiliza aos telespectadores de maneira tal, que os mesmos não precisam manejar informações anteriores ou conhecimentos prévios. A televisão, além de não contar com a regra da continuidade, “é o meio de comunicação mais elementar que existe”<sup>330</sup>.

No entendimento de Marcondes Filho<sup>331</sup>, quando se fala em televisão, está-se tratando, em verdade, de uma espécie de “linha de montagem mental”<sup>332</sup>. Isso ocorreria porque seu ritmo é frenético e interminável: sem parada e sem descanso. Funcionaria, pois, como um relógio que a cada instante revela uma nova cena. Instala-se através dela uma verdadeira ditadura, a ditadura do “movimento regular interminável”<sup>333</sup> e da escravidão ao relógio. Não, a televisão não mostra um relógio em sua tela, entretanto, o cotidiano é inconscientemente por ela delimitado.

Acorda-se no horário do jornal matinal; a ida ao trabalho preferencialmente ocorre durante seu intervalo; no caminho os reclames podem ser vistos a cada esquina, no carro ou

---

<sup>325</sup> Ibid., p.85.

<sup>326</sup> Ibid., p. 85.

<sup>327</sup> Ibid., p. 86.

<sup>328</sup> Ibid., p. 86.

<sup>329</sup> Ibid., p. 86.

<sup>330</sup> Ibid., 86.

<sup>331</sup> MARCONDES FILHO, op. cit.

<sup>332</sup> Ibid., p. 87.

<sup>333</sup> Ibid., p. 87.

no celular; as doze badaladas do sino são implicitamente ouvidas com a vinheta que anuncia o jornal do meio-dia: é hora do almoço; a tarde ainda é possível acompanhar os reclames até o próximo tilintar do sino: a jornada diária de trabalho acaba de findar e a diversão está só começando: mais um jornal, com a repetição de tudo o que já foi dito (ou não dito), novelas e depois filmes (pelo menos uma vez por semana)... E agora sim já é a hora de dormir:

Uma maquinização de nosso lazer, de nosso descanso, uma totalização de todo o nosso cotidiano sob o signo da marcação, como um eletrocardiograma, registrando nossa pulsação a cada segundo, a tevê pulsa e em cada pulsar a audiência deve ser mantida. Desafio torturante para os produtores, o de não permitir que o telespectador, de sua poltrona, acione o controle remoto, a TV escraviza tanto os que a fazem quanto os que assistem a ela. Mas é uma ‘submissão feliz’, pois as pessoas *amam* a TV. Pelo menos acreditam amá-la, não podem viver sem ela, sentem-se condenadas, abandonadas, traídas, quando são privadas da TV<sup>334</sup>.

Essa verdadeira fascinação pela televisão, segundo Marcondes Filho<sup>335</sup>, não ocorre tanto pelo conteúdo que nela é mostrado, mas sim pela vivência, pela emoção sentida naquele dado momento. Para o autor, o telespectador é convidado a ser o protagonista de uma sensação imediata, que se esvai no ar, dissipando-se e, por conseguinte, desaparecendo. Nenhuma notícia sobrevive, pois a TV seria uma “máquina de fazer o nada”<sup>336</sup>. Com ela (a TV), todos seguem um compasso acelerado que não leva a lugar nenhum, onde qualquer inclinação ao pensamento é rechaçada, porque “pensar é uma ação que atrapalha”<sup>337</sup>. Como se todos fossem adeptos da entropia (sem sequer saber o que isso significa), os telespectadores chegam à conclusão (por meio da televisão) de que pensar não leva a lugar nenhum, pois “pensar não muda nada”<sup>338</sup>.

### **3.2. Neoliberalismo, Indústria Cultural e Sociedade do Espetáculo: a televisão em seu contexto**

Segundo Rosa<sup>339</sup>, nos sistemas penais do capitalismo tardio existe uma singular ligação entre os meios de comunicação e o sistema penal. Tal ligação transforma ideologicamente a mídia em uma agência do sistema penal, deixando esta de ter apenas uma

<sup>334</sup> MARCONDES FILHO, op. cit., p. 87.

<sup>335</sup> Ibid., p. 88.

<sup>336</sup> Ibid., p. 88.

<sup>337</sup> Ibid., p. 88.

<sup>338</sup> Ibid., p. 89.

<sup>339</sup> ROSA, Alexandre Morais da e SILVEIRA FILHO, Sylvio Lourenço. Para um processo penal democrático: crítica à metástase do sistema de controle social. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008. p. 03.

função comunicativa. Dessa forma, a mídia seria capaz de manipular e mover os aparatos de punição, tanto por meio de mensagens explícitas, como mensagens implícitas, utilizando-se das mais variadas expressões, passando, então, a ser fundamental na escolha daqueles que serão alcançados pelo sistema punitivo estatal.

Garapon<sup>340</sup>, por sua vez, assevera que não houve a necessidade de se programarem significativas mudanças no âmbito do Direito, pelo que, mesmo assim, este (o Direito) teria se transformado em parte das regras do jogo econômico e permitido a maximização das funções de utilidade do ator social, que passa a ser chamado de “empresário”. Nessa esteira de raciocínio, urge o Direito Positivo como ferramenta útil à racionalidade neoliberal e a mídia, entrelaçada ao mercado, passa a fomentar de maneira significativa o discurso “Lei e Ordem”. E, como imbricação direta, a violência criminal passa a receber um tratamento diferenciado a fim de garantir, por meio do clima de total insegurança, o sistema dominante.

Nesse contexto, conforme explicitado no item anterior, a televisão preenche os lares dos brasileiros e está presente nestes em quantidade maior do que qualquer outra coisa. Tal presença tem como consequência o lançamento de uma perspectiva que alimenta a tendência neoliberal de criminalização da própria pobreza, bem como é capaz de fomentar a *irracionalidade*, própria do contexto da *indústria cultural e sociedade do espetáculo*. Diante do caos de insegurança e desespero fomentado pela televisão, só existe uma salvação: “o agigantamento do sistema penal”<sup>341</sup>.

É justamente sob a égide das premissas neoliberais, no contexto da sociedade manipulada pela *indústria cultural e espetacularizada*, que a mídia (e, sobretudo, a televisão, analisada como a “janela da alma midiática”) também passa por uma verdadeira metamorfose. Ora, de sua missão de prestadora de serviços jornalísticos, aptos a contribuir com a formação da opinião pública, as agências midiáticas (agências *televisivas*: como uma dentre as agências midiáticas) transmutam-se em “empresas jornalísticas”<sup>342</sup>, cujo novo escopo é atingir melhores resultados econômicos. Assim, sob essa nova égide, a notícia também se transforma em mercadoria.

<sup>340</sup> GARAPON, Antoine. *La Raison du moindre État. Le néolibéralisme et la justice*, Paris, Odile Jacob, 2010, p. 28.

<sup>341</sup> ROSA, Alexandre Morais da. *Decisão Penal: a bricolagem de significantes*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006. Páginas 232.

<sup>342</sup> COELHO, Cláudio Novaes Pinto Coelho & CASTRO, Valdir José de. (orgs.). *Op. Cit.* p.33.

### 3.2.1. Consequências do contexto neoliberal: a notícia-mercadoria superficial e fragmentada

Conforme explicitado no capítulo anterior, Carcanholo<sup>343</sup>, com fundamento na concepção de Rounds<sup>344</sup>, apresenta quatro premissas básicas do pensamento neoliberal: *individualismo; harmonização; mercado e não intervenção*. O individualismo representaria a necessidade de tomar decisões pautadas única e exclusivamente no interesse próprio. Assim, toda relação, seja ela política, econômica ou social só pode ser explicada em termos do interesse próprio. A harmonização, por sua vez, é tida como corolário das iterações balizadas pelo interesse próprio. Agir por interesse próprio faz parte da ordem natural das coisas e, portanto, ao invés de provocar o caos, gera harmonia.

Analisando os pressupostos foucaultianos<sup>345</sup>, chegou-se a conclusão de que a cealema fundamental dos Estados Modernos, em qualquer aspecto, seja ele político, econômico ou jurídico é a ação balizada pelos interesses. As regras de mercado, tais como a lei da oferta e da procura, alastram-se em todos os setores da sociedade, desde a esfera mercantil até setores inusitados. O Estado figura, neste sentido, como o responsável por execrar os que, pela lei de mercado, foram excluídos e se tornaram indesejados por não serem consumidores. Cria-se “um mercado mundial voltado (somente) para quem possui o poder de consumir”<sup>346</sup>, passando o cidadão a receber a alcunha de consumidor.

Ora, nos moldes do que apregoa Marcondes Filho<sup>347</sup>, a lógica mercadológica neoliberal, (com todas as suas nefastas características já explicitadas no capítulo anterior e brevemente retomadas acima), na medida em que invade todos os âmbitos da sociedade, também passa a ter controle sobre a notícia. Para o autor em comento, tal como se pode adquirir uma roupa em uma loja ou fruta em uma dada quitanda, “também as notícias podem ser compradas”<sup>348</sup>. Não se trata, pois, de um simples produto. Trata-se de *mercadoria*. Assim,

<sup>343</sup> CARCANHOLO, Marcelo Dias. Neoliberalismo e o Consenso de Washington: a verdadeira concepção de desenvolvimento do governo FHC. In: MALAGUTI, Manoel L; CARCANHOLO, REINALDO A. & CARCANHOLO, Marcelo D. (org.). Neoliberalismo: a tragédia do nosso tempo. São Paulo: Cortez, 2000, p.18.

<sup>344</sup> ROUNDS, Daniel. Neoliberalism in Latin America. A critique in the framework of Karl Polanyi. In: The international Relations Journal, winter 1995. San Francisco State University, 1995, (<http://psirus.sfsu.edu/IntRel/IRJournal/wi95/w95neoliberalism.html>)

<sup>345</sup> FOUCAULT, Michael. Nascimento da Biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008.

<sup>346</sup> ROSA, Alexandre Morais da e SILVEIRA FILHO, Sylvio Lourenço. Para um processo penal democrático: crítica à metástase do sistema de controle social. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008. p. 24.

<sup>347</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. Ser Jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria. São Paulo: Paulus, 2009.

<sup>348</sup> Ibid., p. 93.

como a forma mais elementar da riqueza do capitalismo<sup>349</sup>, a notícia é produzida para um mercado real e é capaz de reunir em si mesma a (bi)dimensionalidade mercadológica: “o valor de uso e o valor de troca”<sup>350</sup>.

Diante desse contexto, se uma pessoa pode ser atraída por uma roupa exposta na vitrine de uma loja a tal ponto que o objeto se torna uma necessidade e passa a ser adquirido, da mesma forma acontece, por exemplo, com o jornal, pois ambos (roupa e jornal) são produzidos para venda. Ocorre que, a informação, por si só, não pode ser considerada *mercadoria*. Para que assuma o *status* mercadoria, faz-se mister que a informação seja transformada em notícia<sup>351</sup>: “o jornal, então, cria, a partir da matéria-prima informação, a mercadoria notícia, expondo-a a venda (por meio da manchete) de forma atraente”<sup>352</sup>. Sem a utilização de estratégias, portanto, o *valor de troca* da mercadoria é ineficaz: ela não vende:

A notícia, como mercadoria, vai recebendo paulatinamente mais investimentos para melhorar a sua aparência de valor de uso (Haug, 1972): criam-se as manchetes, os destaques, as reportagens, trabalha-se e investe-se muito mais na capa, no logotipo, nas chamadas de primeira página<sup>353</sup>.

O *valor de uso* da notícia, por sua vez, é explicitado por Marcondes Filho<sup>354</sup> como o momento em que se compra o jornal. O comprador, nesse instante, satisfaz seu desejo de aquisição do periódico. A partir do momento em que lê o jornal o leitor concretiza o uso e, por conseguinte, uma vez apreendida a informação, o jornal deixa de ser algo interessante: ele não serve mais para nada. Justamente por esse motivo, complementa o autor, a mercadoria notícia “é uma das mais rapidamente perecíveis”<sup>355</sup>. Seu *valor de uso*, neste interim, decai aceleradamente. Enquanto para o consumidor o valor evidente é o de uso, para o editor, ao contrário, a mercadoria notícia só adquire valor com a troca: o uso se transforma em garantia de realização da troca<sup>356</sup>.

No caso específico da televisão, veículo midiático escolhido para análise, *valor de uso* e *valor de troca* também podem ser nitidamente observados. A audiência, perseguida pelas diversas emissoras, funciona como verdadeira pedra angular na relação mercadológica

<sup>349</sup> O autor faz referência direta a Marx. *Ibid.*, p. 93.

<sup>350</sup> *Ibid.*, p. 93.

<sup>351</sup> *Ibid.*, p. 94.

<sup>352</sup> *Ibid.*, p. 94.

<sup>353</sup> *Ibid.*, p. 146.

<sup>354</sup> *Ibid.*, p. 94.

<sup>355</sup> *Ibid.*, p. 94.

<sup>356</sup> *Ibid.*, p. 94.

em que a notícia está inserida. O telespectador (consumidor) é encantado por vis promessas (a TV também funciona como vitrine): ele passa em frente à loja (TV) e o produto nela estampado o atrai (programação televisiva). Com o mais íntimo desejo de adquirir o que lhe foi ofertado (lazer, descontração, medo, lágrimas, informação...), ele compra. A forma de pagamento é diferente: o máximo que o telespectador pode oferecer é não “desgrudar da telinha” e assim ele faz.

Como uma criança que acaba de desvendar o “mundo da leitura”, o telespectador se posiciona espacialmente (praticamente) “grudado” em frente à televisão. Se os olhos da criança que inicia a vida de leitura guardam o mínimo de distância das palavras, os olhos do telespectador fitam tão somente o que o tubo de imagens televisivas lhe oferece. Ele usa (a TV) e paga o preço (e que preço): a audiência. Dessa forma a troca é efetivada e as emissoras têm a sua sobrevivência garantida. A notícia-mercadoria é posta à venda e, rapidamente, é comprada. Mas não se trata exclusivamente de uma relação em termos de *valor de uso* e *valor de troca*, pois “as duas esferas interpenetram-se”<sup>357</sup>:

(...) eu pago a assistência de um telejornal na televisão com a moeda “audiência”. Presidente da república e jornalismo são duas mercadorias que adquiero via televisão, dentro de minha casa. Em nada diferem da aquisição de uma dúzia de bananas na feira, ou de um casaco no magazine. Essas operações tornam-se ainda mais próximas por meio dos processos de compras com TV por assinatura. O que varia simplesmente é o meio de pagamento; numa sociedade de mercantilização total da vida, a aquisição generalizada e de todas as categorias de bens exige várias formas de pagamento<sup>358</sup>.

Está-se diante de um fato histórico: a imprensa brasileira, a partir da metade do século XIX, se transforma, “a olhos vistos, de veículo político em empresa com fins lucrativos”<sup>359</sup>. E, como determina a máxima do pensamento mercadológico, é necessário reduzir os custos e obter o máximo *valor de troca* possível<sup>360</sup>. Para haja efetiva redução destes custos, uma alternativa bastante viável parece ter ganhado cada vez mais espaço: a escassez do *valor de uso*. Assim, para que a demanda por informação esteja sempre em alta, a notícia-mercadoria repassada aos consumidores é fútil e superficial. Dada ínfima profundidade da mercadoria oferecida, as necessidades do telespectador (no caso da TV) não são completamente satisfeitas e, por conseguinte, a demanda é mantida.

---

<sup>357</sup> Ibid., p. 95.

<sup>358</sup> Ibid., p. 96-97.

<sup>359</sup> Ibid., p. 172.

<sup>360</sup> Ibid., p. 99.



Além da superficialidade do conteúdo da notícia-mercadoria (se explora e se vende algo que tem apenas a aparência de notícia), outra consequência do modelo de governamentalidade neoliberal (com a lógica de Mercado) se refere à fragmentação da realidade. Ora, inspirado nas ideias de Brückner<sup>361</sup>, Marcondes Filho<sup>362</sup> sustenta que o indivíduo moderno está estruturado a partir de uma “consciência dividida”<sup>363</sup> e, por conseguinte, os produtos da atividade humana, tais como o próprio Estado, “já não são mais reconhecidos como produtos do homem e parecem, estranhamente, assumir vida própria”<sup>364</sup>. Este fato, por sua vez, repercute diretamente no relacionamento do indivíduo com as mensagens da comunicação<sup>365</sup>.

A fragmentação da realidade produz, de igual modo, a fragmentação da mentalidade humana<sup>366</sup>. Uma vez diluída, a mentalidade passa a conceber o contexto social de forma difusa e sem nexos, “sem nenhum fio ordenador”<sup>367</sup>. Eis o cenário perfeito para a fragmentação da própria notícia. A lógica dos fatos é quebrada em um processo fragmentado de transmissão noticiosa e, como corolário, a dimensão da totalidade é perdida. Os “pedaços” que compõem a realidade são deturpados em partes estanques e tomados de maneira imediata. Perde-se a possibilidade de explicá-los e, rapidamente, são distribuídos como mercadoria capaz de entorpecer emocionalmente que os consome:

A produção fragmentada de notícias, assim, é uma técnica também mercadológica. Opera-se, nesse caso, a desvinculação da notícia de seu fundo histórico-social, e, como um dado solto, independente, ela é colocada no mercado de informação; são destacados aspectos determinados (...) outros permanecem em segundo plano. Como os demais produtos de mercado, ela deixa de transmitir em seu corpo um processo de trabalho. Torna-se uma coisa jogada no mundo, um fato sem origem e sem vinculação com nada<sup>368</sup>.

Sob este viés, a informação noticiosa, produzida de maneira fragmentada, encontra um telespectador (no caso da TV) despreparado e incapaz de entender aquilo que assiste (de maneira tão atenta) em seu contexto mais geral. Está-se diante de uma eficiente técnica manipulativa. Assistir a um telejornal, nesse contexto, passa a ser uma atividade

---

<sup>361</sup> BRÜCKNER, Peter. *Bildung, “Sozialstaat und Intelligenz”*. Hannover: Universidade Tecnológica de Hannover, maio 1972. Projeto de Pesquisa.

<sup>362</sup> MARCONDES FILHO, op. cit., p. 112.

<sup>363</sup> *Ibid.*, p. 113.

<sup>364</sup> *Ibid.*, p. 113.

<sup>365</sup> *Ibid.*, p. 113.

<sup>366</sup> *Ibid.*, p. 113.

<sup>367</sup> *Ibid.*, p. 113.

<sup>368</sup> *Ibid.*, p. 114.

semelhante a bater carimbos ou apertar parafusos<sup>369</sup>: em todos estes casos, “a história passa e seus construtores só tomam conhecimento dela *a posteriori*”<sup>370</sup>. A totalidade, na apresentação jornalística, é ofuscada pela fragmentação e, em meio ao emaranhado de “pedaços” de notícias, os indivíduos são levados a interpretar o mundo de forma difusa e inconsciente.

### 3.2.2. A notícia como mercadoria: da cultura de massa à imprensa de massa e o reino da imagem

Kehl<sup>371</sup>, alicerçada em uma espécie de diálogo entre os textos de Adorno/Horkheimer<sup>372</sup> e Guy Debord<sup>373</sup>, apregoa que “a televisão é a mais espetacular tradução da indústria cultural”<sup>374</sup>. Ora, da *indústria cultural* à *sociedade do espetáculo*, complementa a autora, houve um verdadeiro aperfeiçoamento tecnológico “dos meios de se traduzir a vida em imagem”<sup>375</sup>. O referido aperfeiçoamento alcançou níveis extraordinários, sendo possível afirmar que atingiu “toda a extensão da vida social”<sup>376</sup>. Eis que, os principais elementos de cognição da *sociedade do espetáculo* podem ser encontrados a partir do texto de Adorno/Horkheimer. A alienação do trabalhador, já referida na análise da *indústria cultural* teria sido complementada pela sua transformação em consumidor.

Muito embora a televisão ainda fosse uma “mídia recém-nascida”<sup>377</sup> no momento em que conceito de *indústria cultural* foi formulado, não se pode eclipsar que Adorno/Horkheimer já previram que, “como uma síntese do rádio e do cinema”<sup>378</sup>, a televisão poderia “aumentar o empobrecimento dos materiais estéticos”<sup>379</sup> a tal ponto, que levaria os produtores da *indústria cultural* ao triunfo. Desde o pós-guerra até os dias atuais, o poderio da TV cresceu em proporções geométricas. Trata-se de “um emissor de imagens tão onipresente e uniforme”<sup>380</sup>, que representa a própria consagração do capital investido: o espetáculo como a outra face do dinheiro, como o “dinheiro que apenas olha”<sup>381</sup>.

<sup>369</sup> Ibid., p. 115.

<sup>370</sup> Ibid., p. 115.

<sup>371</sup> KEHL, Maria Rita. O espetáculo como meio de subjetivação. In: Videologias. BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita (org.) São Paulo: Boitempo, 2004.

<sup>372</sup> “A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação de massas”, já explicitado no capítulo anterior.

<sup>373</sup> “A sociedade do espetáculo”, também analisado no capítulo anterior.

<sup>374</sup> KEHL, op. cit., p. 43.

<sup>375</sup> Ibid., p. 44.

<sup>376</sup> Ibid., p. 44.

<sup>377</sup> Ibid., p. 45.

<sup>378</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 116.

<sup>379</sup> Ibid., p. 117.

<sup>380</sup> KEHL, op. cit., p. 46.

<sup>381</sup> DEBORD, op. cit. p. 34.

Sob a égide do capitalismo tardio, a sociedade vira refém das imagens que a representam para si mesma<sup>382</sup>. Uma *sociedade do espetáculo* “confirma o caráter mercantil das relações sociais capitalistas”<sup>383</sup>, nela a realidade social deixa de ser concebida como “coisa” e passa a ser entendida como “imagem”, criando-se uma consciência imagética nos cidadãos. Logo, a espetacularização da sociedade “reduz a vida humana à aparência”<sup>384</sup>, transformando imagens em mediadores das relações sociais e, paralelamente a isso, provocando uma excessiva valorização da dimensão visual da comunicação. A aparência parece suplantar a própria existência.

O desejo, “excitado por nomes e imagens cheios de brilho”<sup>385</sup> nivela todos os indivíduos ao *status* de *consumidor* e de *objeto da indústria cultural*<sup>386</sup>. Em sua missão de desacostumar os sujeitos pensantes de sua própria subjetividade<sup>387</sup>, a cultura de massa aperfeiçoa a alienação, na medida em que os consumidores não mais balizam suas vidas a partir do pensar. A subjetividade que lhes é furtada é, ao mesmo tempo, devolvida em forma de “subjetividade reificada, produzida em série, espetacularizada”<sup>388</sup>. Com essa subjetividade industrialmente espetacularizada, a sociedade vorazmente consome o que lhe é oferecido, como uma tentativa de se identificar com os “termos propostos pelo espetáculo”<sup>389</sup>.

Nessa orientação, a televisão se manifesta como um veículo de persuasão e doutrinação ideológica<sup>390</sup>. Sendo um instrumento de manipulação de massa, perde progressivamente “a vinculação com as necessidades informativas imediatas do público”<sup>391</sup>, tendendo (cada vez mais) ao formato de empresa capitalista<sup>392</sup> (movida pela lógica do lucro; compreendida a partir do *valor de uso* e *valor de troca*). Dessa forma, a necessidade de produção em larga escala traz consigo a nefasta criação da *imprensa de massa*: livros para as massas, jornais para as massas, programas televisivos para as massas... Enfim, a notícia como mercadoria paulatinamente suplanta toda e qualquer outra forma de acesso à informação:

O primeiro jornal de massas surge (...) já em 1833. Ele, o jornal *Sun*, não possuía nenhum artigo de fundo politicamente diferenciado, senão

<sup>382</sup> KEHL, op. cit., p. 49.

<sup>383</sup> COELHO; CASTRO, op. cit. p. 16.

<sup>384</sup> Ibid., p. 18.

<sup>385</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 131.

<sup>386</sup> KEHL, op. cit, p. 51.

<sup>387</sup> Ibid., p. 52.

<sup>388</sup> Ibid., p. 53.

<sup>389</sup> Ibid., p. 53.

<sup>390</sup> O autor se refere ao jornal, o que pode ser perfeitamente aplicado à televisão. MARCONDES FILHO, op. cit., p. 145.

<sup>391</sup> Ibid., p. 145.

<sup>392</sup> Ibid., p. 145.

relatos sobre processos de justiça, execuções, suicídios, ocorrências locais e acontecimentos mundiais extraordinários. Já em torno de 1830 havia surgido, se bem que não profissionalmente, aquilo que seria denominado posteriormente “opinião jornalística”, e o que seria louvado como concreção, inteligibilidade, ilustração, como tomada de partido pelo zé-ninguém, e criticado como personalização, ideologia etc. Trata-se de uma concentração de temáticas sensacionalistas e um correspondente tratamento dos acontecimentos. Nos anos de 1880-1890, no período do Gilded Age, começa nos Estados Unidos a grande produção em massa. As misturas de sensacionalismo da imprensa de um *penny* são, então, refinadas e apresentadas tecnicamente com mais efeitos a partir de 1883 no jornal de Joseph Pulitzer, *World*, de Nova Iorque. Aqui surge uma mescla de indiscrição, sensações, escândalos, a que se denomina, a partir daí, “interesse humano”<sup>393</sup>.

Após 1830, especialmente em países como Inglaterra, França e Estados Unidos, assevera Marcondes Filho<sup>394</sup>, a imprensa de negócios foi gradualmente implantada (o que para ele corresponde à terceira fase da história do jornalismo). Esse processo de massificação da imprensa, neste sentido, parece ser até mesmo anterior aos trabalhos de Adorno/Horkheimer e Guy Debord, mas, indubitavelmente se intensificou e se aperfeiçoou com o passar dos anos. Contudo, desde sua daninha gênese, guardava uma interessante característica: a notícia sobre crimes, informações sobre processos e catástrofes. Todos estes assuntos, conforme se extrai do entendimento de Prokop<sup>395</sup>, traduzem o que, mais tarde, recebeu (com naturalidade) a alcunha de “interesse humano”<sup>396</sup> e se corporificou no bojo social através do jornalismo sensacionalista.

No afã de encontrar o melhor artifício capaz de acentuar seu *valor de troca*, a mercantilização da informação atinge seu grau mais radical com o sensacionalismo<sup>397</sup>. Nele instala-se o reino da aparência: o conteúdo da reportagem é vazio se comparado às promessas ofertadas pela manchete. Com o sensacionalismo as carências psíquicas dos consumidores são exploradas de maneira “sádica, caluniadora e ridicularizadora”<sup>398</sup>. E se a notícia, como tônica central do jornalismo<sup>399</sup>, representa a informação transformada em mercadoria, o

<sup>393</sup> PROKOP, Dieter. *Faszination und Langeweile: die populären Medien*. Stuttgart, 1979. Parcialmente publicado no Brasil em: MARCONDES FILHO, Ciro (org.). Dieter Prokop. São Paulo: Ática, 1986 (Col. Grandes Cientistas Sociais).

<sup>394</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser Jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria*. São Paulo: Paulus, 2009, p. 147.

<sup>395</sup> PROKOP, Dieter. *Op. Cit.*

<sup>396</sup> *Idem.*

<sup>397</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser Jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria*. São Paulo: Paulus, 2009, p. 146.

<sup>398</sup> *Ibid.*, p. 146.

<sup>399</sup> SODRÉ, Muniz. *Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Rio de Janeiro: Vozes, 2001, p. 131.

sensacionalismo extrai da notícia toda a sua carga “emotiva e apelativa”<sup>400</sup>. Fabrica-se uma nova distorção a partir daquilo que já é distorcido (é a notícia da notícia) e o que se vende são “pseudoalimentos às carências do espírito”<sup>401</sup>.

Uma explicação para a necessidade do sensacional na notícia-mercadoria é trazida por Marcondes Filho<sup>402</sup>, fundamentado nas proposições de Negt e Kluge<sup>403</sup>. Como uma espécie de “compensação associada ao processo de trabalho”<sup>404</sup>, cria-se um paralelo: de um lado está o excessivo desgaste físico e emocional do trabalhador; de outro, “para não entrar em pane”<sup>405</sup>, as notícias sensacionais (mercantilizadas, massificadas e espetacularizadas) trazem o “equilíbrio emocional necessário”<sup>406</sup>. O sensacional, nesta esteira de raciocínio, funcionaria como uma válvula de escape: “ele é o outro lado da opressão social do trabalho e das exigências absurdas impostas ao trabalhador pelo processo de produção”<sup>407</sup>. Com o sensacional, a diversão de fachada (já anunciada pelo esquematismo da indústria cultural) e a economia do espetáculo anunciam sua vitória com jactância:

As pessoas simples festejam, diante da tela, a vitória dos seus colegas da televisão e gozam maliciosamente sua falta de habilidade, o que já é previsto social-terapeuticamente pelos responsáveis. Enquanto o telespectador ri do ator que derrapa no sabão pastoso, que bate e machuca a cabeça nas bordas da piscina ou que tem de caminhar na lama, ele ri daquele que cai na vida constantemente e que não dá conta do desempenho requerido, assim como no teatro pequeno-burguês ou nas quedas grotescas dos filmes mudos, inconscientemente de si mesmo. A mensagem recorre a necessidades humanas infantis reprimidas (mais ou menos no fato de ele ou o outro rolar na sujeira) e as explora em vez de prestar esclarecimento sobre elas; apela de forma fascistoide a impulsos já transformados, desperta permanentemente sentimentos maldosos e comportamentos sádicos no telespectador<sup>408</sup>.

---

<sup>400</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser Jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria*. São Paulo: Paulus, 2009, p. 146.

<sup>401</sup> *Ibid.*, p. 146.

<sup>402</sup> *Ibid.*, p. 173.

<sup>403</sup> NEGt & KLUGE, Alexander. *Öffentlichkeit und Erfahrung; zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. Frankfurt: Suhrkamp, 1976.

<sup>404</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser Jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria*. São Paulo: Paulus, 2009, p. 173.

<sup>405</sup> *Ibid.*, p. 173.

<sup>406</sup> *Ibid.*, p. 173.

<sup>407</sup> *Ibid.*, p. 174.

<sup>408</sup> BUSELMEIER, Michael. *Massenunterhaltung in Rahmen von Arbeit und Freizeit*. In: BUSELMEIER, Michael (org.). *Das glückliche Bewusstsein; Anleitungen zur materialistischen Medienkritik*. Darmstadt: Luchterhand, 1974 *apud* MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser Jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria*. São Paulo: Paulus, 2009, p. 173-174.

A televisão, como imprensa sensacionalista que o é<sup>409</sup>, trabalha da mesma forma que o fanatismo dos regimes totalitários: ela manipula os sentimentos; sua natureza é “puramente emocional”<sup>410</sup>. O conteúdo dos programas televisivos (regado por campanhas contra tudo e todos) satisfaz tão somente “as necessidades instintivas do público, por meio de formas sádicas, caluniadoras, ridicularizadoras das pessoas”<sup>411</sup>. Desviando os telespectadores das reais causas da pobreza e da criminalidade, a TV é também capaz de orientar verdadeiros motins contra “o mal mais próximo”<sup>412</sup>. Ela (a TV) convida os consumidores a praticar a justiça dentro de um “universo possível”<sup>413</sup> e posteriormente reprime seus comportamentos, despertando o sentimento de culpa<sup>414</sup>.

No mais, a imprensa sensacionalista repete em suas programações (de maneira mecânica e fatal) a tríade “escândalo-sexo-sangue”<sup>415</sup> ou, ainda, o tripé “violência, sexo e esporte”<sup>416</sup>. Com essa tríade ou tripé, as questões morais, sexuais e sádicas do consumidor são exploradas de forma contundente: edição após edição; programa após programa; “esquemas” de corrupção são (em tese) desmascarados; a nudez feminina é cultivada (reforçando a “ideologia de superioridade masculina e do seu poder sobre o sexo mais fraco”<sup>417</sup>); preconceitos são reafirmados (inconscientemente); marginalizados são perseguidos e, sobretudo (e cada vez mais), “criminosos” são diuturnamente apresentados à opinião pública.

### 3.2.3. O “crime vende”<sup>418</sup>: o telejornalismo sensacional sob a égide da notícia mercantilizada, massificada e espetacularizada

O gênero sensacionalista está “enraizado na imprensa desde os seus primórdios”<sup>419</sup>. Especificamente no âmbito da televisão, a espetacularização através do sensacional se deu inicialmente nos Estados Unidos, a partir dos anos 80 do século XX. Seu

<sup>409</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser Jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria*. São Paulo: Paulus, 2009, p. 174.

<sup>410</sup> *Ibid.*, p. 175.

<sup>411</sup> *Ibid.*, p. 174.

<sup>412</sup> *Ibid.*, p. 175.

<sup>413</sup> *Ibid.*, p. 175.

<sup>414</sup> Trata-se do tema do linchamento mediático, que será abordado no capítulo seguinte.

<sup>415</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser Jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria*. São Paulo: Paulus, 2009, p. 176.

<sup>416</sup> PATIAS, Jaime Carlos. *O ESPETÁCULO NO TELEJORNAL SENSACIONALISTA*. In: *Comunicação e Sociedade do Espetáculo*. COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José de. (orgs.) São Paulo: Paulus, 2006, p. 83.

<sup>417</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser Jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria*. São Paulo: Paulus, 2009, p. 177.

<sup>418</sup> Expressão utilizada por Jaime Carlos Patias. PATIAS, op. cit. p. 82.

<sup>419</sup> *Ibid.*, p. 82.

avanço, contudo, remete a expansão dos “grandes conglomerados econômicos que incorporam também grupos de comunicação”<sup>420</sup>. Em consonância com o aumento exacerbado do sensacionalismo, a exploração da violência (como tema que mais atrai a atenção do telespectador) atingiu níveis elevadíssimos e promete avançar ainda mais: “quanto mais violência no noticiário, maior a audiência, maior o preço do horário para anúncio e maior o retorno da publicidade”<sup>421</sup>.

Na televisão brasileira, seguindo o vácuo do modelo midiático norte-americano, os programas sensacionalistas surgem no final da década de 1960<sup>422</sup>. O que efetivamente chama a atenção na história do estilo (e serve muito bem ao presente trabalho) é o fato de que, desde o início, a miséria humana e as histórias policiais estavam presentes no gênero<sup>423</sup>. O verdadeiro “show de misérias”<sup>424</sup> foi ganhando cada vez mais espaço e todas as emissoras (“até mesmo a TV Cultura, emissora teoricamente mais preocupada com o padrão de qualidade de sua programação”<sup>425</sup>) passaram a aderir ao padrão sensacionalista de produzir a notícia-mercadoria. Nesse interim, a constatação só pode ser uma: o “crime vende”<sup>426</sup> (ou a notícia sobre o crime vende) e isso não é nenhuma novidade:

Na televisão, a história dos programas populares é muito rica. O que se faz na televisão nos dias de hoje não é novidade. Em 1954, o programa da TV Tupi de São Paulo intitulado “Tribunal do Coração” já encenava histórias pessoais e casos dos telespectadores, julgados nos moldes de um júri de verdade. “O povo na TV”, que começou na TV Excelsior, passou pela TV Tupi, pelas TVS Bandeirantes e SBT, abordava a vida privada dos participantes. O programa “O Homem do Sapato Branco”, surgido em 1966, foi um dos primeiros programas policiais da televisão e passou por emissoras como Globo e Record<sup>427</sup>.

Mas, a questão é: por que a notícia sobre o crime fascina tanto? Para uma pergunta tão complexa, Dornelles<sup>428</sup> aponta a psicanálise no afã de oferecer alguma resposta: “as pessoas têm o potencial de sentir prazer com a crueldade”<sup>429</sup>. Esta possibilidade só se torna factível se se submete alguém a uma posição de inferioridade, de sujeição, momento em

---

<sup>420</sup> Ibid., p. 83.

<sup>421</sup> Ibid., p. 83.

<sup>422</sup> Ibid., p. 83.

<sup>423</sup> Ibid., p. 83.

<sup>424</sup> Ibid., p. 83.

<sup>425</sup> Ibid., p. 83.

<sup>426</sup> Ibid., p. 83.

<sup>427</sup> AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Contexto, 2006, p. 44.

<sup>428</sup> DORNELLES, João Ricardo. *Ofensiva neoliberal, globalização da violência e controle social*. In: *Discursos Sediciosos*, Rio de Janeiro, n. 12, p. 119-137, 2002.

<sup>429</sup> Ibid., p. 126.

que a humilhação do “outro”, do “estranho”, do “não igual”, transforma-se em espetáculo ou em um “jogo lúdico”<sup>430</sup>: verdadeiro *funny game*. Sem buscar a resposta na psicanálise, a conclusão apontada pelo autor em comento parece ser a mesma quando se observa o fenômeno da mercantilização da notícia sobre o crime pelas lentes do modelo de neoliberal, da cultura massificada e espetacularizada:

A identidade na dor, no sofrimento, nos sentimentos de prazer, alegria e na noção de dignidade é o critério de reconhecimento do ‘outro’ como semelhante. Quando o olhar não vê no ‘outro’ um semelhante, quando não se formou a consciência de que o ‘outro’ também é igual, a dor, o sofrimento, a morte, o destino do ‘outro’ deixa de ter sentido, não interessa. O seu significado é diferente do da dor, do sofrimento ou do destino de um semelhante. A indiferença é a forma dada ao tratamento do ‘outro’<sup>431</sup>.

O “crime vende”, é fato. Perquirir os porquês (além de não ser o objetivo do presente trabalho) aparentemente faz o questionador entrar no jogo da infantilização própria da espetacularização da sociedade massificada. A notícia sobre o crime fascina. E é exatamente isso que os detentores do poder utilizam para atingir seu intento. A governamentalidade neoliberal não poderia deixar de expor isso à venda. Se a notícia sobre o crime fascina, ela também precisa ser produzida em larga escala, deve ser sistematicamente explorada. Se a notícia sobre o crime fascina, isso deve ser imagetivamente transformado em lucro, no infindável circuito de “entretenimentização da economia”<sup>432</sup>. Se a notícia sobre o crime vende, a pergunta mais importante parece ser: quais as consequências disso?

Nesse quadro, como uma espécie de ciclo de vida incompleto, nascem, crescem e reproduzem-se e, infelizmente, ainda não morreram, as práticas de intolerância e estilos de vida balizados pelo utilitarismo na sociedade forjada pelo neoliberalismo. Ante a esse caos, a violência passa a se constituir como uma verdadeira linguagem, um meio através do qual se expressa um corpo social modelado pelo paradigma da insegurança e do medo, tudo isso sob a égide da propaganda da naturalização das regras de mercado, o que Coutinho<sup>433</sup> designa de “miragem neoliberal”<sup>434</sup>. Como um espectro, a televisão (e a mídia como um todo) vulgariza os produtos oferecidos pela indústria cultural e os fazem ser consumidos sem o mínimo de reflexão crítica. Nas palavras de Adorno e Horkheimer:

<sup>430</sup> Ibid., p. 126.

<sup>431</sup> DORNELLES, op. cit. p. 126.

<sup>432</sup> PATIAS, op. cit. p. 93.

<sup>433</sup> COUTINHO, Jacinto Nelson de Miranda. Atualizando o discurso sobre Direito e Neoliberalismo no Brasil. Revista de Estudos Criminais. Porto Alegre: Notadez, n. 04.

<sup>434</sup> Ibid., p. 31.



A violência da sociedade industrial instalou-se nos homens de uma vez por todas. Os produtos da indústria cultural podem ter a certeza de que até mesmo os distraídos vão consumi-los alertamente. Cada qual é um modelo da gigantesca maquinaria econômica que, desde o início, não dá folga a ninguém, tanto no trabalho quanto no descanso, que tanto se assemelha ao trabalho. É possível depreender de qualquer filme sonoro, de qualquer emissão de rádio, o impacto que não se poderia atribuir a nenhum deles isoladamente, mas só a todos em conjunto na sociedade. Inevitavelmente, cada manifestação da indústria cultural reproduz as pessoas tais como as modelou a indústria em seu todo<sup>435</sup>.

A notícia sobre o crime é diariamente transformada em mercadoria e avidamente consumida pela sociedade. O que mais surpreende, no entanto, é que muito embora os telejornais tenham cada vez mais interesse por episódios que envolvam a prática delitiva, seu foco não é a busca de soluções, mas tão somente a caracterização de mais um espetáculo<sup>436</sup>. A instantaneidade das imagens e a aparente verossimilhança, mascaradas pela eloquente voz do âncora do telejornal sensacionalista, faz os telespectadores acreditarem que a televisão é a única forma de resolver os problemas da humanidade. Se não existem vagas para internação em um hospital público, chame a imprensa; se um idoso foi brutalmente assassinado (antes mesmo de ligar para a polícia), chame a imprensa; se uma criança foi estuprada na escola, denuncie, chame a imprensa... Enfim, vive-se sob a égide do imperativo “chame a imprensa” e sob a ameaça do “vou chamar a imprensa”!

Eis aí mais uma falácia impregnada pela televisão (e pela mídia como um todo) na mente dos consumidores através da notícia-mercadoria: “o telejornal sensacionalista, além de vender a violência, vende a ilusão de resolver os problemas”<sup>437</sup>. É comum ouvir durante a exibição dos telejornais as expressões “ligue para gente” ou “faça sua denúncia”. Quando na realidade, explica Patias<sup>438</sup>, “estamos diante de mais um produto de consumo e uma sensação de frustração e vazio a ser preenchida pela aquisição de outros bens descartáveis, criando um círculo vicioso de dependência e repetição numa sociedade do espetáculo”<sup>439</sup>. Chega a ser impressionante como a sina se repete: até hoje *A voz do povo na TV*, exibido pela extinta rede Tupi na década de 1970, parece se repaginar e, sob novas alcunhas, manter-se vivo no cenário dos telejornais brasileiros.

---

<sup>435</sup> ADORNO; HORKHEIMER, op. cit. p. 105.

<sup>436</sup> PATIAS, op. cit. p. 86.

<sup>437</sup> Ibid., p. 87.

<sup>438</sup> PATIAS, Op. Cit. p. 87.

<sup>439</sup> Ibid. p. 87.

Nesse diapasão, na tentativa de elucidar o esquematismo da mercantilização da notícia sobre o crime, urge, como exemplos, sete passos aparentemente seguidos pela televisão (em telejornais sensacionalistas) nos casos que elege como dignos de sua atenção, por resvalarem vultuosos dividendos nas “novelas” em que são transformados. Tais passos serão aprofundados no capítulo a seguir e, aparentemente, revelam um verdadeiro processo de “demonização” do acusado. Com fundamento na discussão até agora efetuada, as primeiras pistas acerca do “exercício da punição extrajudiciária”<sup>440</sup> efetuada pela televisão (e mídia como um todo) parecem desveladas.

a) 1º passo: a prática do delito.

Diante do rol inimaginavelmente extenso de condutas tipificadas como delitivas, consumidores e não consumidores acabam expostos à prática de delitos. Contudo, a diferença entre ambos já se releva no primeiro passo. O consumidor, em regra, não pratica crimes de “chamar atenção”, mas por vezes é escolhido. Ao não consumidor cabe a estigmatização pela prática da maioria esmagadora das infrações.

b) 2º passo: a televisão (mídia) te escolheu – você não é humano, é um monstro.

A simples prática delitiva, se pela mídia não é vista, se torna fadada ao esquecimento. Quando a agência midiática escolhe alguém que praticou um delito jamais poderia chamá-lo pelo nome. Não. Não caberia a um criminoso, indigno e detestável, o direito de ser chamado pelo seu nome “humano”. Surgem as alcunhas estigmatizantes: o “maníaco do parque”, o “monstro da Ceasa”, o “vampiro de Niterói”, a “assassina da Yoki”, a “viúva negra”, o “assassino da luz vermelha”... enfim, a eleição da mídia tem como primeira consequência a desumanização do criminoso, que passa a ser visto como um demônio.

c) 3º passo: a infância conturbada – o fruto do meio – não são fatores sociais, sua família é transtornada.

Constantes investigações (especulações) passam a fazer parte da vida de cada brasileiro, que acompanha fielmente as telinhas em busca de informações acerca dos porquês. Qual a razão de alguém praticar um crime tal bárbaro? E assim, surge mais um passo: encobrendo os fatores sociais que efetivamente influenciam grande parte dos não consumidores à prática delitiva, a televisão se arvora em desvelar cada momento da suposta

---

<sup>440</sup> MARCONDES FILHO, Ciro. Ser Jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria. São Paulo: Paulus, 2009, p. 54.

infância conturbada dos criminosos, sempre cercada de separação dos pais, terríveis mortes na família e, sobretudo, histórico de abuso sexual na infância que, a propósito, parece estar na moda atualmente.

d) 4º passo: você não tem o direito de permanecer calado, só o de confessar o delito.

Questão capaz de causar repulsa e indignação a todos que primam pelas regras do jogo democrático se refere à cena grotesca de um repórter em vias de engolir o “criminoso”, que, em verdade, ainda não pode ser considerado culpado, pleiteado que o mesmo confesse o delito. São perguntas de conteúdo e forma aviltantes, que, literalmente, comprimem o acusado e, por vezes, o fazem relatar ser o autor da infração e, se não consegue, trazem como imbricação direta o menoscabo da linguagem do criminoso no jargão “não fui eu que fiz isso eu não”.

e) 5º passo: você é um dissimulado, toma café com leite no enterro da mãe<sup>441</sup>, não se arrepende do que fez.

O passo seguinte é inevitável. Se o criminoso já perdeu o nome e foi obrigado a confessar, resta a ele a única saída: se portar como um homem médio. Deve, neste sentido, se arrepender de sua prática delitativa, mesmo que não a tenha praticado. Se não dançar conforme as regras do jogo midiático, será taxado de “frio e calculista”, um monstro que apresenta traços de psicopata.

f) 6º passo: da incitação à desordem pública (garantia da ordem pública) – se for julgado inocente a população fará sua parte.

Depois de ser considerado um criminoso confesso, perverso e dissimulado, resta de clareza solar que seu destino já está traçado. Se o juiz não “der conta”, se os jurados não fizerem justiça, a população o fará (ou já fez). Assim, as agências midiáticas possibilitam o

---

<sup>441</sup> INTERSEÇÃO COM “O ESTRANGEIRO” DE ALBERT CAMUS. Meursault, personagem central, é condenado porque está fora das perspectivas de normalidade que se atribuem ao “Homem Médio”: “Ia dizer-lhe que não valia a pena obstinar-se: este último ponto não tinha tanta importância como isso. Mas ele interrompeu-me e exortou-me pela última vez, olhando-me de alto e perguntando-me se eu acreditava em Deus. Respondi que não. Sentou-se indignadamente” (p. 47). “Perguntou-me apenas, com o mesmo ar um pouco fatigado, se estava arrependido do - meu gesto. Meditei e disse que, mais do que verdadeiro arrependimento, experimentava um certo aborrecimento. Tive a impressão de que não me compreendia. Mas nesse dia, as coisas não foram mais longe”. (p. 48) “Sim. Os senhores jurados saberão formar a sua opinião. E não deixarão de concluir que um estranho podia oferecer café, mas que um filho devia recusá-lo diante do corpo daquela que o deu à luz” (p.62) “Enfim, estão a acusá-lo de ter assassinado um homem ou de Lhe ter morrido a mãe?”. O público riu-se. Mas o procurador levantou-se outra vez, ajustou a toga e declarou que era preciso ter a ingenuidade do ilustre defensor para não sentir que entre as duas ordens de fatos, havia uma relação profunda, patética, essencial. “Sim, exclamou ele com força, acuso este homem de ter assistido ao enterro da mãe com um coração de criminoso”. (p.67)

retorno à Lei de Talião, a vingança de todos contra um, que teve sua imagem e vida destruídas pelos veículos de comunicação.

g) 7º passo: O julgamento antecipado da lide – a mídia já te condenou.

Antes mesmo que o juiz profira sua decisão a mídia já condenou o acusado que, mesmo inocentado, já teve sua imagem transformada e arruinada. O sistema o elegeu para ser um criminoso! Não apenas elegeu e julgou, como também em alguns casos executou a pena, pena esta que muitas vezes pode ser a capital, tal como observa Nilo Batista<sup>442</sup>, quando se refere à executivização em seu nível máximo perpetrada pela mídia no extinto programa “Linha Direta”, exibido pela rede globo, e que será retomada no capítulo a seguir.

---

<sup>442</sup> BATISTA, Nilo. Mídia e Sistema Penal no Capitalismo Tardio. In: Discursos Sediciosos, Rio de Janeiro, n. 12, 2002, p. 285.

#### 4. A MÍDIA COMO AGÊNCIA DO SISTEMA PENAL E O PODER PUNITIVO MIDIÁTICO SOB A ÉGIDE DO MERCADO ESPETACULARIZADO DA “INDÚSTRIA PENAL”

Nos moldes do que preconiza Zaffaroni e Batista<sup>443</sup>, o sistema penal corresponde a um “conjunto das agências que operam a criminalização (primária e secundária) ou que convergem na produção da mesma”<sup>444</sup>. Enquanto a criminalização primária está ligada a elaboração de tipos penais e, portanto, nas palavras de Rosa e Silveira Filho<sup>445</sup>, se refere “à decisão política de sancionar determinada conduta ilícita com uma pena”<sup>446</sup>. A criminalização secundária, por sua vez, estaria relacionada à efetiva ação punitiva face ao descumprimento da norma penal. Trata-se, neste sentido, do “programa penal posto em prática”<sup>447</sup>.

Sob este prisma, o sistema penal pode ser entendido como a união de diversas agências capazes de operar a criminalização, tanto em seu aspecto primário (criação de normas) quanto secundário (aplicação das normas)<sup>448</sup>. Tem-se, entretanto, que o sistema penal, diferentemente, do sistema respiratório, por exemplo, não representa simplesmente um conjunto de órgãos que, por meio de relações símil biológicas, opera coordenadamente para o mesmo fim. Cada órgão do sistema penal, que recebe a alcunha de agência<sup>449</sup>, trabalha, na realidade, em favor de seus interesses. São, portanto, “compartimentos estanques, ou seja, cada uma de acordo com seu próprio poder (...) e respectivos controles de qualidade”<sup>450</sup>.

Partindo dessa premissa, fazer uma análise do sistema penal é, em verdade, reconhecer e estudar o conjunto das agências que o compõe. Para tanto, Zaffaroni<sup>451</sup> propõe a existência de pelo menos sete tipos distintos de agência: a) políticas (tais como o Poder Executivo); b) judiciais (como o próprio nome indica inclui juízes, promotores de justiça, defensores públicos ou particulares); c) policiais (na qual estão inseridos todos os órgãos públicos ou privados que cumprem função de vigilância); d) penitenciárias (relacionadas a prisão e execução das penas); e) de comunicação social (midiáticas); f) de reprodução

<sup>443</sup> ZAFFARONI, Eugenio Raul; BATISTA, Nilo; et al. *Direito Penal Brasileiro*. Vol. 1: Teoria Geral do Direito Penal. Rio de Janeiro: Revan.

<sup>444</sup> *Ibid.*, p. 60.

<sup>445</sup> ROSA, Alexandre Morais da; FILHO, Sylvio Lourenço da Silveira. *Para um processo Penal Democrático: crítica à metástase do sistema de controle social*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

<sup>446</sup> *Ibid.*, p. 15.

<sup>447</sup> *Ibid.*, p. 15.

<sup>448</sup> ZAFFARONI, Eugenio Raul; BATISTA, Nilo; et al. *Direito Penal Brasileiro*. Vol. 1: Teoria Geral do Direito Penal. Rio de Janeiro: Revan, p. 60.

<sup>449</sup> *Ibid.*, p. 60.

<sup>450</sup> *Ibid.*, p. 60.

<sup>451</sup> *Ibid.*, p. 60.

ideológica (universidades e instituto de pesquisa) e; finalmente; g) as internacionais (tais como organismos especializados da ONU).

Entre as sete agências do sistema penal apresentadas por Zaffaroni<sup>452</sup>, reitera-se, não existe uma relação de coordenação. As agências que convergem na produção do sistema penal seriam regidas, neste diapasão, “por relações de concorrência entre si e dentro de suas próprias estruturas”<sup>453</sup>. Haveria, pois, verdadeira competição entre as agências que compõe o sistema penal, o que lembra, sobremaneira, as características da governamentalidade neoliberal e seu modelo-empresa: *individualismo* (a necessidade de tomar decisões pautadas única e exclusivamente no interesse próprio); *harmonização* (agir por interesse próprio gera harmonia); *mercado* (o lugar no qual estão em jogo diversos interesses individuais) e; finalmente; *não intervenção* (qualquer interferência externa a esse mercado desestabilizaria a ordem natural das coisas)<sup>454</sup>.

A competição existente entre as diversas agências é, em alguns casos, mais acentuada e aberta<sup>455</sup> do que em outros. As agências de comunicação social, por exemplo; utilizando o mercado da audiência, os lucros advindos da publicidade e, ainda, aproveitando-se do poder daqueles que são formadores de opinião; trava intensas batalhas contra as agências políticas, com seus partidos, ministros e candidatos a cargos partidários<sup>456</sup>. A grandiloquência da disputa entre as agências, como imbricação direta, “abre as portas à apelação de discursos clientelistas”<sup>457</sup>. Dentre os referidos discursos, sabidamente falsos, o mais corriqueiro e devastador é aquele que faz referência à repressão como a solução para problemas sociais<sup>458</sup>.

Neste sentido, alicerçado no “afã competitivo”<sup>459</sup> entre as agências do sistema penal, o discurso de que o poder punitivo é o meio mais eficaz para resolução de todos os problemas da sociedade (por mais complexos que sejam) é deliberadamente reiterado. Por mais simplista que possam parecer seus argumentos, sua reiteração ganha cada vez mais força com o auxílio dos meios de comunicação: “a mensagem jornalística se assemelha à

<sup>452</sup> ZAFFARONI; BATISTA; et al., op. cit.

<sup>453</sup> ZAFFARONI; BATISTA; et al., op. cit., p. 61.

<sup>454</sup> CARCANHOLO, Marcelo Dias. Neoliberalismo e o Consenso de Washington: a verdadeira concepção de desenvolvimento do governo FHC. In: MALAGUTI, Manoel L; CARCANHOLO, REINALDO A. & CARCANHOLO, Marcelo D. (org.). Neoliberalismo: a tragédia do nosso tempo. São Paulo: Cortez, 2000, p. 18.

<sup>455</sup> ZAFFARONI; BATISTA,; et al, op. cit., p. 61.

<sup>456</sup> Ibid. p. 61.

<sup>457</sup> Ibid. p. 61.

<sup>458</sup> Ibid. p. 61.

<sup>459</sup> Ibid. p. 61.

publicitária quanto à sua concisão, simplicidade, emotividade, impacto sobre a atenção”<sup>460</sup>. Assim, como resultado dessa acirrada competição tem-se uma “opinião pública confundida e desinformada”<sup>461</sup>.

Como agência do sistema penal, a mídia ultrapassa a mera função comunicativa<sup>462</sup> e mobiliza os aparelhos de punição implícita e explicitamente<sup>463</sup>: “as mensagens que são transmitidas passam a integrar a maneira de ser da população que está submetida a sua influência”<sup>464</sup>. A grande questão é: como agência do sistema penal a mídia estaria legitimada a exercer o poder punitivo? Um panorama breve sobre o exercício do poder punitivo ao longo da história da humanidade traz pistas de que, se há verdadeiramente uma competição entre as agências do sistema penal, a mídia tem vertiginosamente ganhado muitas batalhas. Seu poderio vem paulatinamente crescendo a tal ponto, que as demais agências não têm alternativas senão render-se aos seus desmandos.

#### **4.1. A tendência da eleição de inimigos e o poderio instalado do “discurso vingativo dos meios de comunicação de massa”: poder punitivo, um pouco de história**

Segundo Zaffaroni<sup>465</sup>, o contexto mundial atual, além de testemunhar a incapacidade dos Estados nacionais em efetivar reformas estruturais, também revela o “formidável poder técnico”<sup>466</sup> da comunicação de massa que, por sua vez, desvela-se como a defensora de uma propaganda popularesca e “vingativa sem precedentes”<sup>467</sup>. Ao referir-se a propaganda popularesca, o autor em comentário a descreve como uma espécie de discurso. Tal discurso, por sua vez, mantendo a técnica da simpatia (de maneira demagógica e grosseira), subestima o povo e trata de obter “mediante a reafirmação, o aprofundamento e o estímulo primitivo dos seus piores preconceitos”<sup>468</sup>, corroborando com a crescente tendência mundial de fabricação de verdadeiros inimigos da sociedade:

As decisões estruturais atuais assumem, na prática, a forma pré-moderna definida por Carl Schmitt, ou seja, limitam-se ao mero exercício do poder de designar o inimigo para destruí-lo ou reduzi-lo à impotência total. Qualquer pessoa que lê um jornal enquanto toma seu

<sup>460</sup> Ibid., p. 61.

<sup>461</sup> Ibid., p. 61.

<sup>462</sup> BATISTA, Nilo. Mídia e sistema penal no capitalismo tardio. In: Discursos Sediciosos, Rio de Janeiro, n. 12, 2002, p. 271.

<sup>463</sup> ROSA, Alexandre Moraes da; FILHO, Sylvio Lourenço da Silveira. Para um processo Penal Democrático: crítica à metástase do sistema de controle social. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008, p. 03.

<sup>464</sup> SCHECAIRA, Sérgio SALOMÃO. Mídia e crime. In: CORRÊA JR, Alceu. Teoria da Pena, p. 378.

<sup>465</sup> ZAFFARONI, E. Raúl. O inimigo no Direito Penal. LAMARÃO, Sérgio (trad.) Rio de Janeiro: Revan.

<sup>466</sup> Ibid., p. 15.

<sup>467</sup> Ibid., p. 15.

<sup>468</sup> Ibid., p. 15 (NT).

café da manhã – se não limitar a leitura às notícias de esportes – vai se inteirando dos passos que o poder mundial toma rumo aos genocídios, ou seja, rumo ao aniquilamento total daqueles a quem considera seus inimigos.

Mas, qual a essência desse *inimigo*, afinal? Quem é o *inimigo*? A resposta a essas indagações, segundo Zaffaroni<sup>469</sup>, foram eficientemente trabalhadas por Carl Schmitt<sup>470</sup>, teórico do Estado Absoluto. O conceito de inimigo, neste sentido, teria sua gênese ligada ao direito romano e representaria muito mais do que um sujeito infrator<sup>471</sup>: seria o *outro*, o *estrangeiro*. E ser *estrangeiro*, nesse raciocínio, ganha *status* metafórico, bastando que algo em sua essência o diferencie existencialmente e, por conseguinte, em caso de conflito com o mesmo, as regras pré-existentes do sistema de normas não seriam válidas<sup>472</sup>. O inimigo é o estranho; o estrangeiro; o *hostis* (verdadeiro inimigo político, em oposição a *inimicus*, o inimigo pessoal<sup>473</sup>) e, se está fora da comunidade, não possui direitos.

A presença do *inimigo* é uma constante na história do exercício do poder punitivo e revela uma de suas maiores características: a seletividade estrutural. Historicamente, portanto, aqueles que exerceram o poder “foram os que sempre individualizaram o inimigo (...) e aplicaram esta etiqueta a quem os enfrentava ou incomodava, real, imaginária ou potencialmente”<sup>474</sup>. Assim, o fenômeno de eleição de inimigos não é uma prática nova. O que parece ter mudado, entretanto, é justamente quem detém o poder. A análise das principais características do exercício do poder punitivo ao longo da história explicitadas por Zaffaroni<sup>475</sup> e aqui parcialmente retomadas, subsidiará a localização do “discurso vingativo dos meios de comunicação de massa”<sup>476</sup> como verdadeiro detentor do poder punitivo.

#### a) Poder punitivo na Revolução Mercantil

O poder punitivo possui como característica diferenciadora o “confisco do conflito”<sup>477</sup>, ou seja, o lugar do indivíduo que sofre o dano é usurpado pelo poder público e, como imbricação direta, o sujeito efetivamente lesado é reduzido a mero dado para

<sup>469</sup> ZAFFARONI, E. Raúl. O inimigo no Direito Penal. LAMARÃO, Sérgio (trad.) Rio de Janeiro: Revan, p. 21.

<sup>470</sup> SCHMITT, Carl. El concepto de lo político, p. 23.

<sup>471</sup> ZAFFARONI, E. Raúl. O inimigo no Direito Penal. LAMARÃO, Sérgio (trad.) Rio de Janeiro: Revan, p. 21.

<sup>472</sup> Ibid., p. 21.

<sup>473</sup> Trata-se de uma distinção romana. Ibid., p. 21-22.

<sup>474</sup> Ibid., p. 82.

<sup>475</sup> ZAFFARONI, E. Raúl. O inimigo no Direito Penal. LAMARÃO, Sérgio (trad.) Rio de Janeiro: Revan.

<sup>476</sup> Ibid., p. 82.

<sup>477</sup> Ibid., p. 30.



criminalização<sup>478</sup>. Nesse interim, por definição, o poder punitivo corporifica a prática de dissimuladamente confiscar a própria vítima da celeuma em que se encontra. Com isso, o poder punitivo alcança um grande poder de decisão e não efetivamente de solução dos conflitos<sup>479</sup>. Além disso, passa a escolher de forma livre e arbitrária aqueles que serão selecionados para prática desse poder, o que normalmente recai sobre “os que supõe ser, real ou potencialmente, daninhos para hierarquização social”<sup>480</sup>.

Alicerçados na tríade “vigiar, disciplinar e neutralizar os disfuncionais”<sup>481</sup> organizações colonizadoras lograram êxito no mundo inteiro (Roma conquistou a Europa; a Europa conquistou a América e a África<sup>482</sup>). Ancorados no referido pretexto, países colonizados foram controlados e transformados em verdadeiros campos de concentração. Por meio dessa tríade, ancorados em um discurso teocrático, “colonizados rebeldes e mulheres desordeiras”<sup>483</sup> eram exterminados. Da eleição de Satanás como inimigo à individualização do mal por meio das bruxas na Europa, “o modelo inquisitorial foi seguido pelos tribunais laicos e generalizou-se”<sup>484</sup> e, mesmo quando entrou em decadência, não deixou de existir nas mãos do poder político.

Desde a primeira etapa, já na Revolução Mercantil, era possível fazer uma intrigante constatação: a preocupação do poder punitivo não era, efetivamente, com os autores dos mais graves crimes ou, ainda, com inimigos políticos<sup>485</sup>, vez que ambos eram fatalmente eliminados. As grandes dificuldades eram criadas pelos “indesejáveis”<sup>486</sup>, criaturas indisciplinadas ou que reincidiam em comportamentos de menor gravidade. Estes sim eram considerados *perigosos*. Como consequência, vivia-se sob a égide de um poder punitivo plural: tanto autores de delitos graves, quanto os simplesmente dissidentes e indesejáveis eram neutralizados e eliminados em execuções espetacularizadas e festivas.

---

<sup>478</sup> Ibid., p. 30.

<sup>479</sup> Ibid., p. 31

<sup>480</sup> Ibid., p. 30.

<sup>481</sup> Ibid., p. 32.

<sup>482</sup> Ibid., p. 31.

<sup>483</sup> Ibid., p. 33.

<sup>484</sup> Ibid., p. 34.

<sup>485</sup> Ibid., p. 36.

<sup>486</sup> Ibid., p. 36.

## b) Poder Punitivo na Idade Média

O surgimento do Poder Punitivo marca, definitivamente, a opção pela construção da verdade a partir do interrogatório ou inquisitório<sup>487</sup>. Com ele, a verdade passou a ser *obtida* por meio da relação entre o *sujeito do conhecimento* (aquele que pergunta) e o *objeto do conhecimento* (o que deve responder a qualquer custo, sob pena de tortura). A *disputatio* (estabelecimento da verdade pela luta), neste sentido, é substituída pela *inquisitio* (estabelecimento da verdade pela interrogação)<sup>488</sup>. Surge, nesse contexto, o “voraz apetite pela verdade”<sup>489</sup>, a incessante busca pelo *saber* e pelo *poder*, que até hoje está longe de terminar: em certa medida “pode-se afirmar que a Idade Média não terminou”<sup>490</sup>.

## c) Poder punitivo na Revolução Industrial

O modelo inquisitorial se manteve incólume até a Revolução Industrial, que, por seu turno, efetuou algumas modificações incapazes de macular o controle penal diferenciado<sup>491</sup>. A dualidade de tratamentos penais, nesse contexto, se afirma e reafirma entre *iguais e estranhos*. A pena de morte não deixou de existir, sua execução, porém, começa a ganhar novos rumos, limitando-se a prática de crimes graves e comportamentos dissidentes<sup>492</sup>. A lógica, entretanto, permanecia inalterada: eliminar o problema. Em meio à impossibilidade de manter execuções em praças públicas, “a solução encontrada foi o encarceramento em prisões com altas taxas de mortalidade, a submissão a julgamentos intermináveis (...) prisão preventiva (...) deportação”<sup>493</sup>.

Percebe-se, neste viés, o nascimento daquilo que seria considerado “a coluna vertebral do sistema penal”<sup>494</sup>: a prisão. Com ela, a pena de morte persiste de maneira velada. Com ela, a execução em praças públicas é substituída pela morte anônima no submerso, animalesco e aviltante *mundo* do encarceramento: “embora a prisão tenha substituído, em muitos casos, a pena de morte (...) ela significa uma verdadeira pena de morte aleatória nas metrópoles, da mesma forma que a pena de deportação”<sup>495</sup>. Portanto, a Revolução Industrial

---

<sup>487</sup> Ibid., p. 38.

<sup>488</sup> Ibid., p. 42.

<sup>489</sup> Ibid., p. 39.

<sup>490</sup> Ibid., p. 42.

<sup>491</sup> Ibid., p. 43.

<sup>492</sup> Ibid., p. 43-44.

<sup>493</sup> Ibid., p. 44.

<sup>494</sup> Ibid., p. 45.

<sup>495</sup> Ibid., p. 45.

e, com ela, a concentração urbana, aumentou significativamente o número de *indesejáveis* e a dificuldade para controlá-los resultou no surgimento das prisões.

#### d) Poder punitivo na periferia neocolonizada

Nos países colonizados, mesmo muitas décadas depois da independência, “o poder repressivo permaneceu sem grandes alternativas”<sup>496</sup>, subsidiado pelas repúblicas oligárquicas, as condições análogas à servidão foram em grande parte mantidas. Nesse contexto, a América Latina vivenciava a prática de um poder punitivo alicerçado na seletividade e discriminação<sup>497</sup>. Eis que, somente a partir do século XIX, seguindo o modelo norte americano e europeu, respectivamente, constituições e códigos penais foram sancionados pelos governos das oligarquias locais.

Com os regimes militares, por sua vez, duas formas de exercício do poder punitivo foram implantadas: de um lado um sistema paralelo e, de outro, um sistema subterrâneo. Com o primeiro, multiplicaram-se as detenções de caráter administrativo em estados de sítio e guerra infindáveis. Com o segundo, neste desiderato, a ausência de um processo penal legitimava a execução direta e o desaparecimento de muitos: tratava-se de um poder punitivo ilimitado e, absolutamente, “sem precedentes quanto à crueldade, complexidade, calculadíssima planificação e execução”<sup>498</sup>.

As ditaduras, pressionadas pelo governo norte-americano, transformam-se no palco de uma verdadeira “guerra contra as drogas”, como consequência da eleição de um novo inimigo em escala mundial: a queda do muro de Berlim trouxe à baila combate aos “narcoguerrilheiros”<sup>499</sup>. Tudo isso para “justificar a alucinação de uma nova guerra e manter níveis repressivos elevados”<sup>500</sup>. Com isso, o princípio da ofensividade começa a ser preterido em face das chamadas “leis de exceção”<sup>501</sup>, que se espalharam grandemente na década de 1980, fazendo crescer o número de pessoas na prisão: os consumidores de tóxicos e as mulheres transportadoras<sup>502</sup>.

---

<sup>496</sup> Ibid., p. 47.

<sup>497</sup> Ibid., p. 48.

<sup>498</sup> Ibid., p. 51.

<sup>499</sup> Ibid., p. 51.

<sup>500</sup> Ibid., p. 51.

<sup>501</sup> Ibid., p. 52.

<sup>502</sup> Ibid., p. 52.

e) Século XX e o velho autoritarismo

A revolução comunicacional antecedeu o fenômeno da globalização e, com ela, o planeta passou a viver sob a égide de um discurso único, muito mais repressivo e discriminatório. Trata-se de um fenômeno que acontece em escala mundial<sup>503</sup>. Um contexto, por sua vez, que estimulou a prática de um poder punitivo cada vez mais seletivo e opressor. Os discursos, nesse sentido, não podem mais ser analisados tão somente através do enfoque penal. Devem, em contrapartida, ser estudados e compreendidos por meio das manifestações midiáticas e, sobretudo, publicitárias<sup>504</sup>.

No plano efetivamente real, os autoritarismos exerciam o poder punitivo de forma genocida<sup>505</sup> e os sistemas paralelo e subterrâneo continuavam em pleno vapor. De um lado, perigosos inimigos a serem combatidos recebiam a alcunha de parasitas (para os soviéticos), subumanos (para os nazistas) ou, ainda, inimigos do Estado (para os fascistas) e, por conseguinte, eram submetidos a “tribunais especiais inquisitoriais/policiais”<sup>506</sup> em sistema paralelo. De outro lado, torturas, desaparecimentos e execuções, mesmo sem nenhuma base legal nos próprios regimes autoritários, eram efetuadas como forma de sistema penal subterrâneo “sem lei e sem limites”<sup>507</sup>.

Interessante observar que, nesse período, a milenar técnica de fabricação de inimigos por meio da propaganda popularesca já se fazia presente. Com ela, os piores preconceitos eram estimulados, de maneira tal que, os inimigos eram desvelados publicamente<sup>508</sup>. Dessa forma, “com maior ou menor elaboração, lançava mão do recurso que sempre se usou para legitimar o poder punitivo ilimitado em qualquer emergência: a alucinação de uma guerra”<sup>509</sup>. Instala-se a cultura do mito. Um mito para justificar a irracionalidade e brutalidade do poder punitivo na eleição de seus inimigos. Um mito que se adequa a um discurso elaborado e adequado às demandas publicitárias<sup>510</sup>.

---

<sup>503</sup> Ibid., 53.

<sup>504</sup> Ibid., p. 53.

<sup>505</sup> Ibid., p. 55.

<sup>506</sup> Ibid., p. 54.

<sup>507</sup> Ibid., p. 55.

<sup>508</sup> Ibid., p. 57.

<sup>509</sup> Ibid., p. 58.

<sup>510</sup> Ibid., p. 59.

f) Século XXI e o novo autoritarismo (cool)

A globalização, indubitavelmente, mudou a natureza do capital após a Segunda Guerra Mundial e a conhecida guerra fria, na medida em que “seus interesses especulativos predominantes, ainda que garantidos por um complexo sistema de organismos internacionais, são apoiados principalmente pela administração republicana dos Estados Unidos”<sup>511</sup>, uma incontestada potência hegemônica. Neste país, o sistema penal parece ter ganhado novas conotações, cada vez mais atreladas à lógica mercadológica: “no marco de uma economia de serviços, o sistema penal se converteu em fator de redução da taxa de desemprego ou mesmo em condição de plena ocupação”<sup>512</sup>.

A pena de morte, que outrora parecia ter chegado ao fim nos Estados Unidos, é restabelecida por novos juízes republicanos incorporados à Corte Suprema<sup>513</sup>. Dessa forma, o país em comento passa a ser o único na América e Europa a aplicar a pena de morte de maneira profusa, mesmo diante da reprovação efetuada pela Organização dos Estados Americanos (OEA)<sup>514</sup>. Além da pena de morte, a prisão perpétua também se alastra, sendo aplicada para aqueles que tenham cometido três ou mais delitos<sup>515</sup>. Instala-se, novamente, o *reino* de combate e extermínio dos indesejados inimigos.

No âmbito processual entra em cena o “super juiz”, que deliberadamente suprime toda e qualquer garantia do acusado. Este, por sua vez, se vê diante de um processo penal acusatório fictício, no qual “a decisão fica nas mãos do próprio acusador (o Ministério Público)”<sup>516</sup>. O capital globalizado administrado por grandes conglomerados dá azo ao retorno de elementos provenientes da Idade Média, tais como a presença de espiões e delatores, criando uma esfera legislativa inquisitorial<sup>517</sup>. Com isso, um inacreditável número de organismos internacionais voltam seus olhos para “o nebuloso conjunto de infrações, designadas genericamente como *crime organizado*”<sup>518</sup>.

O *pseudoconceito* de *crime organizado*, segundo Zaffaroni<sup>519</sup>, foi inventado pelo jornalismo e por políticos da primeira metade do século passado, equivalendo a

<sup>511</sup> Ibid., p. 60.

<sup>512</sup> Ibid., p. 61.

<sup>513</sup> Ibid., p. 62.

<sup>514</sup> Ibid., p. 62.

<sup>515</sup> Ibid., p. 62.

<sup>516</sup> Ibid., p. 62.

<sup>517</sup> Ibid., p. 62.

<sup>518</sup> Ibid., p. 62.

<sup>519</sup> ZAFFARONI, E. Raúl. O inimigo no Direito Penal. LAMARÃO, Sérgio (trad.) Rio de Janeiro: Revan, p. 63.

“criminalidade de mercado”<sup>520</sup>. Paralelamente a este *pseudoconceito*, vem à tona o assunto da corrupção pública, desencadeado como verdadeira “caça às bruxas”<sup>521</sup>. O fato é que, tanto um (*crime organizado*) quanto outro (*corrupção pública*), são absolutamente “funcionais para habilitar o poder punitivo e a intromissão do Estado em qualquer atividade econômica incômoda ao governo de plantão ou que seja útil para eliminar ou difamar os competidores, sem os limites nem as garantias constitucionais para tais intervenções”<sup>522</sup>.

A análise do contexto norte americano permite afirmar que, desde o governo republicano da década de 1980, o discurso simplista sobre as soluções penais parece ser o mesmo: a segurança só pode ser alcançada mediante a aplicação de mais penas; as garantias constitucionais não servem para os delinquentes; uma “guerra à criminalidade” pode ser tão *suja* quanto os criminosos<sup>523</sup>. Com o pretexto de seguir estas máximas, “governadores tentam reeleger-se rodeados das fotografias dos executados de quem não comutaram a pena de morte”<sup>524</sup>, promete-se vingança e adota-se uma política de *tolerância zero*<sup>525</sup>.

Com o *11 de setembro*, o referido sistema penal encontrou no *terrorismo* um substancial inimigo. Legitimando-se através do discurso criminal preventivo, promoveu a guerra contra o Iraque e tratou de deixar bem evidente “a identidade do poder bélico com o poder punitivo na busca desesperada do inimigo”<sup>526</sup>. Na contramão da própria história de tradição democrática norte-americana, a deterioração cultural da sociedade é escancarada pela funesta necessidade de preencher o vazio deixado pela implosão soviética: a insuficiência de “juízos prévios a partir dos quais seria possível fabricar um novo inimigo só pode ser compensada com um fato aterrador e, para este efeito, o atentado de setembro de 2001 foi funcional para individualizar um inimigo crível”<sup>527</sup>.

Nessa esteira de raciocínio, imprescindível destacar as conclusões de Zaffaroni<sup>528</sup>. De acordo com o autor em comento, a identificação de um novo inimigo é sempre precedida de uma verdadeira luta entre as agências que compõe o sistema penal. A agência que vence essa luta impõe seu discurso de emergência. Ocorre que, diante do fenômeno da globalização, o resultado do embate entre as agências dos Estados Unidos “acaba tendo consequências

<sup>520</sup> Ibid., p. 63.

<sup>521</sup> Ibid., p. 63.

<sup>522</sup> Ibid., p. 63.

<sup>523</sup> Ibid., p. 64.

<sup>524</sup> Ibid., p. 64.

<sup>525</sup> Ibid., p. 64.

<sup>526</sup> Ibid., p. 65.

<sup>527</sup> Ibid., p. 65.

<sup>528</sup> ZAFFARONI, E. Raúl. O inimigo no Direito Penal. LAMARÃO, Sérgio (trad.) Rio de Janeiro: Revan, p. 67.

planetárias”<sup>529</sup>. Como imbricação direta, nasce (ou ressurgue) um forte candidato a inimigo mundial: o migrante. Tal fato se torna bastante arriscado sob o enfoque da revolução comunicacional, “num tempo em que a globalização promoveu a livre circulação de capitais e mercadorias, mas não a de seres humanos”<sup>530</sup>.

Está-se diante da gênese de um “novo autoritarismo”<sup>531</sup>, que se destaca em relação ao autoritarismo existente no período *entre guerras*. Trata-se de uma vertente de autoritarismo movida e promovida por meio de um aparato publicitário tão autônomo, que “se tornou autista”<sup>532</sup>. Um autoritarismo que impõe uma propaganda “puramente emocional”<sup>533</sup>. Um autoritarismo designado por uma expressão característica dos próprios meios que o divulgam. O autoritarismo do século XXI é *cool*: “é *cool* porque não é assumido como uma convicção profunda, mas sim como uma moda, à qual é preciso aderir para não ser estigmatizado como antiquado ou fora de lugar e para não perder espaço publicitário”<sup>534</sup>.

#### g) Autoritarismo (cool) na América Latina

Uma das características do poder punitivo latino-americano destacadas por Zaffaroni<sup>535</sup> está intimamente relacionada ao aprisionamento. Ora, o mencionado autor corrobora que cerca de 3/4 (três quartos) da população carcerária corresponde a indivíduos que, muito embora estejam sendo processados, ainda não foram condenados. Analisando o fato sob a perspectiva formal, entende-se o fenômeno como uma *inversão do sistema penal*<sup>536</sup>. Contudo, enxergando essa realidade pelos olhos da criminologia, complementa o autor, percebe-se que se trata de “um poder punitivo que há muitas décadas preferiu operar mediante a prisão preventiva ou por medida de contenção provisória transformada definitivamente em prática”<sup>537</sup>.

Em outras palavras, o poder punitivo latino-americano se manifesta através de *medidas*: nele “tudo se converteu em privação de liberdade sem sentença firme, apenas por presunção de periculosidade”<sup>538</sup>. Assim, a *medida cautelar* se transforma em *pena cautelar*, já que o poder punitivo as aplica indistintamente e as revisa durante longos anos. Os

<sup>529</sup> Ibid., p. 67.

<sup>530</sup> Ibid., p. 69.

<sup>531</sup> Ibid., p. 69.

<sup>532</sup> Ibid., p. 69.

<sup>533</sup> Ibid., p. 69.

<sup>534</sup> Ibid., p. 69.

<sup>535</sup> ZAFFARONI, E. Raúl. O inimigo no Direito Penal. LAMARÃO, Sérgio (trad.) Rio de Janeiro: Revan, p. 70.

<sup>536</sup> Ibid., p. 70.

<sup>537</sup> Ibid., p. 70.

<sup>538</sup> Ibid., p. 70.

*indesejáveis*, nesse contexto, “não sofrem pena formal, porque geralmente a cumprem na prisão cautelar”<sup>539</sup>. Portanto, na América Latina, as medidas de contenção contra suspeitos considerados perigosos faz surgir um verdadeiro Direito Penal “periculosidade presumida”<sup>540</sup>, cuja base é a aplicação de penas com ausência de sentença condenatória.

Nos países que compõe a América Latina, dentre os quais está o Brasil, a exclusão social continua a ser um grave problema, uma vez que tão somente medidas neutralizadoras (e não de enfrentamento direto) são tomadas. Tal contexto, além de se transformar em terreno próspero para um *sem fim* de contradições internas, favorece o crescimento de uma “mensagem vindicativa”<sup>541</sup> de reprodução dos conflitos. A sociedade perde, neste sentido, a própria coesão e, como imbricação direta, está “ávida por um discurso que lhe devolva essa perspectiva, por primitivo, vingativo e *völkisch* que seja (...) a coesão é alcançada através de um discurso simplista que clama pela vingança pura e simples”<sup>542</sup>.

Sob este viés, chega-se a conclusão de que o autoritarismo latino-americano também é *cool* e “participa do simplismo de sua matriz norte-americana, carecendo igualmente de qualquer respaldo acadêmico”<sup>543</sup>. Todavia, enquanto os Estados Unidos metamorfoseiam o poder punitivo em verdadeira *empresa*, “desviando recursos da assistência social para o sistema penal e contribuindo para a resolução do problema do desemprego”<sup>544</sup>; na América Latina, o poder repressivo, em posição diametralmente oposta, não cria empregos, mas sim gerencia e controla os desempregados (*excluídos do emprego*<sup>545</sup>), tornando-se “brutalmente violento”<sup>546</sup>. Desvela-se, neste sentido, um poder punitivo irracional e legitimado por “grosserias míticas”<sup>547</sup>:

(...) reduzindo-se antes a pura mensagem publicitária, com o predomínio de imagens. A técnica responde a uma pesquisa de mercado, que vende o poder punitivo como uma mercadoria. Na medida em que se verifica o êxito comercial da promoção emocional dos impulsos vingativos, ela é aperfeiçoada. Os serviços de notícias e os formadores de opinião são os encarregados de difundir esse discurso. Os especialistas que aparecem não dispõem de dados

---

<sup>539</sup> Ibid., p. 70.

<sup>540</sup> Ibid., p. 71.

<sup>541</sup> Ibid., p. 72.

<sup>542</sup> Ibid., p. 75.

<sup>543</sup> Ibid., p. 74.

<sup>544</sup> Ibid., p. 73.

<sup>545</sup> Ibid., p. 73.

<sup>546</sup> Ibid., p. 73.

<sup>547</sup> Ibid., p. 74.



empíricos sérios, são *palpiteiros* livres, que reiteram o discurso único<sup>548</sup>.

Nesse cenário de autoritarismo *cool* Latino-Americano, os inimigos se sucedem automaticamente e são “projetados cinematograficamente como *construtos* em série dos meios de comunicação, **em especial da televisão**”<sup>549</sup>. Os inimigos não são mais definidos pelo Estado, mas sucessivamente impostos pelo meio. Passa-se de uma *corrente alternada para uma corrente contínua*<sup>550</sup>, na qual o próprio pensamento está em greve<sup>551</sup> e o poder punitivo se transforma em medíocre publicidade. Publicidade esta que “nem mesmo o Estado está autorizado a contradizer, porque seu único inimigo fixo é quem desprestigia a repressão, que é seu produto”<sup>552</sup>. Assim, tal como toda publicidade, os inimigos a serem escolhidos serão aqueles que negam a qualidade de seus produtos<sup>553</sup>.

#### 4.2. Poder punitivo midiático

A análise da prática real do poder punitivo ao longo da história efetuada por Zaffaroni<sup>554</sup> traz à baila uma incontestada conclusão: muito mais do que participar dos processos de criminalização primária e secundária, exercer o poder punitivo significa escolher um inimigo a ser combatido. Pode-se afirmar que a própria realização dos institutos que compõem os dois níveis de criminalização (primária e secundária) corporificam, de antemão, a escolha (*a priori*) do *hostis* a ser perseguido. Dessa forma, os processos de criminalização primária e secundária tão somente reafirmam a condição seletiva excludente corroborada pela mídia, reforçando sua credibilidade perante a opinião pública<sup>555</sup>.

Nesse contexto, salta aos olhos mais uma vez a incontestada ligação que pode ser feita com os princípios basilares do neoliberalismo já elencados na presente dissertação. De acordo com Garapon<sup>556</sup>, a governamentalidade neoliberal possui uma audaciosa missão: “se livrar da política e da justiça. Nem mais, nem menos”<sup>557</sup>. Não que a noção de justiça deixe de existir nesse modelo de Estado, mas, tal como nas demais áreas da vida humana, estes

<sup>548</sup> Ibid., p. 74-75.

<sup>549</sup> Ibid., p. 76 (grifo nosso).

<sup>550</sup> Ibid., p. 76.

<sup>551</sup> Ibid., p. 77.

<sup>552</sup> Ibid., p. 78.

<sup>553</sup> Ibid., p. 78.

<sup>554</sup> ZAFFARONI, E. Raúl. O inimigo no Direito Penal. LAMARÃO, Sérgio (trad.) Rio de Janeiro: Revan.

<sup>555</sup> BOLDT, Raphael. Criminologia Midiática: do discurso punitivo à corrosão simbólica do garantismo. Curitiba: Juruá, 2013, p. 99.

<sup>556</sup> GARAPON, op. cit. p. 43.

<sup>557</sup> Ibid., p. 43.

conceitos passam a receber balizas do mercado. Assim, o cidadão-consumidor deve perseguir o capital-direito que lhe apraz.

Nessa esteira de raciocínio, legislador, juiz, vítima e acusado estão intimamente ligados à racionalidade neoliberal. O processo, em si, também visa atender a lógica do mercado e reproduzir as relações sociais, impedindo a efetiva modificação das desigualdades através do sistema penal<sup>558</sup>: a ordem é reagir de maneira rápida e eficiente; a ordem é atender as necessidades do cliente-consumidor! Tal como assevera Garapon<sup>559</sup>, o processo penal transmuta-se em “processo do ator penal” e a legislação constantemente é revista em função de acontecimentos escolhidos pela mídia. Ora, se tudo é negociável, por que a lei também não o seria?

Muito embora não seja objeto do presente estudo fazer qualquer tipo de aprofundamento acerca da influência midiática em torno da elaboração penal legislativa, não se pode eclipsar este fato. Dessa forma, diversos estudos<sup>560</sup> apontam que a produção legislativa penal no Brasil caminha conforme as balizas veiculadas por pressões populares incitadas pela mídia, tais como a Lei 8.072/90 (Crimes Hediondos); a Lei nº 8.930/94, promulgada após a morte da atriz global Daniela Perez; a Lei nº 9.695, de 20 de Agosto de 1998, que acrescentou o inciso VII-B ao artigo 1º da Lei nº 8.072/90, transformando o crime de falsificação de produtos destinados a fins terapêuticos ou medicinais em hediondo; só para citar algumas.

Não restam dúvidas, neste interim, de que as agências midiáticas interferem no processo de criminalização primária. Quanto ao aspecto secundário, também não se pode eclipsar a existência de estudos que corroboram a influência dos veículos de comunicação nas decisões judiciais e, portanto, de seu poder sobre a aplicação da norma<sup>561</sup>. O fato é que, antes mesmo da prática de uma ou outra forma de criminalização, o poder repressivo, em sua gênese, precisa elencar que grupos de indivíduos deseja erigir a posição de inimigo. Mas, de que maneira isso ocorre? De que maneira esse processo é reforçado? Tais indagações serão objeto de reflexão nos itens a seguir.

---

<sup>558</sup> BOLDT, op. cit. p. 84.

<sup>559</sup> GARAPON, op. cit. p. 52.

<sup>560</sup> Sobre o tema ver, por exemplo, MOCCIA, Sérgio. *La perene emergenza*. Napoles: Edizioni scientifiche Italiane, 1997; ou ainda; PASTANA, Débora Regina. *Cultura do medo: reflexões sobre violência criminal, controle social e cidadania no Brasil*. São Paulo: Método, 2003.

<sup>561</sup> Sobre o tema ver, por exemplo: ANDRADE, Fábio Martins de. *Mídia e Poder Judiciário: a influência dos órgãos da mídia no processo penal brasileiro*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007; AZEVÊDO, Bernardo Montalvão Varjão de. *O ato de decisão judicial: uma irracionalidade disfarçada: o problema do ato de decisão judicial e a televisão*. Rio de Janeiro: 2011.

#### 4.2.1. A mídia e a eleição do inimigo: exercendo o poder punitivo

Os meios de comunicação de massa, invariavelmente, “disseminam uma visão bélica da segurança pública”<sup>562</sup> e, não apenas por meio deste recurso, exercem incontestemente poderio sobre classes e grupos. Através de um discurso beligerante, a *mass media* transforma o conceito de justiça, equiparando-o a noção de vingança. Cria-se, portanto, uma imagem bélica do próprio poder estatal, que implica, por sua vez, na existência de um Estado Policialesco. Os aparatos midiáticos, nesse sentido, tem o poder de “conferir contornos de guerra a todo conflito social”<sup>563</sup> e, como imbricação direta, a atmosfera de aumento da repressão é gerada: se existe uma guerra, “um inimigo precisa ser combatido”<sup>564</sup>.

Os clichês midiáticos, que reforçam a existência de uma verdadeira guerra contra o crime dão azo à expansão, em larga escala, do mero sentimento de medo. Segundo Boldt<sup>565</sup>, muito embora o medo seja uma emoção inerente à própria condição humana, ele tem se transformado em “obsessão da sociedade contemporânea e da mídia, especialmente quando associado à criminalidade violenta”<sup>566</sup>. Neste sentido, é possível vislumbrar mais um fator de dominação e manipulação utilizado para o controle de determinados grupos: o medo. Com ele, tanto a curiosidade quanto a intolerância são estimulados<sup>567</sup> e o próprio medo é retroalimentado em um círculo vicioso:

(...) o medo tem sido utilizado como uma estratégia eficiente de controle, criminalização e brutalização dos pobres, capaz de ampliar e legitimar demandas cada vez maiores por segurança. A articulação do discurso midiático em prol da intervenção punitiva justifica-se plenamente no contexto atual e acaba por promover a submissão do ‘outro’ ao espetáculo penal<sup>568</sup>.

O poder punitivo, sob este prisma, divulgado pelas agências midiáticas em sua imagem bélica, se autolegitima<sup>569</sup> e implica no aumento da disparidade social. Além disso, potencializa os medos; desvaloriza atitudes de respeito à dignidade humana; e, ainda; obstaculiza toda e qualquer busca por caminhos alternativos<sup>570</sup>. Medo e insegurança são

---

<sup>562</sup> Ibid., p. 89.

<sup>563</sup> Ibid., p. 90.

<sup>564</sup> Ibid., p. 91.

<sup>565</sup> Ibid., p. 95.

<sup>566</sup> Ibid., p. 95.

<sup>567</sup> Ibid., p. 96.

<sup>568</sup> Ibid., p. 98.

<sup>569</sup> Ibid., p. 90.

<sup>570</sup> ZAFFARONI, Eugenio Raul; BATISTA, Nilo; et al. Direito Penal Brasileiro. Vol. 1: Teoria Geral do Direito Penal. Rio de Janeiro: Revan, p. 59.

disseminados na realidade brasileira, consolidando o “modelo de exceção permanente que emerge de um panorama de crise”<sup>571</sup>. Critérios processuais e as garantias político-criminais passam a ser relativizadas<sup>572</sup>, pois um *Estado de exceção* é promovido e reiterado pelos aparatos das agências midiáticas.

O discurso único de aumento da criminalidade e impunidade constrói “uma arquitetura penal genocida”<sup>573</sup>. Enquanto a imagem da vítima transparece inocência e simpatia, a do criminoso é construída de forma bruta e irracional, reforçando-se diuturnamente a lógica de estereotipização e exclusão sofrida pelos delinquentes<sup>574</sup>. O inimigo é eleito pela cobertura jornalística de maneira perfeitamente adequada às regras de mercado e em “roupagem novelística”<sup>575</sup> massificada, digna de uma sociedade espetacularizada. Os “bodes expiatórios”<sup>576</sup> eleitos pelos meios de comunicação são, fatalmente, desumanizados<sup>577</sup>, desprezados como se não fossem gente<sup>578</sup>.

Nesse diapasão, retomando os passos da *demonização do acusado* já explicitados no capítulo anterior, bem como o contexto de transformação da capacidade de consumo em requisito para alcançar o *status* de cidadão, numa sociedade massificada e espetacularizada, pode-se inferir acerca da maneira pela qual o poder punitivo midiático elege seus inimigos. Ora, no contexto em que o cidadão é o consumidor, “o direito penal entra em cena e criminaliza todas as condutas que atentem contra o consumidor, garantindo a reprodução das necessidades e dos valores das classes sociais dominantes”<sup>579</sup>.

#### a) Seletividade e a prática delitiva (1º passo)

A criminalização, tanto em seu aspecto primário, quanto no aspecto secundário, não pode atingir a todos. Nem todo fato potencialmente delitivo o é. Nem todo aquele que transgredir a norma efetivamente será punido. Eis o cerne do sistema de criminalização: a seletividade. A seleção alcança a eleição de condutas tidas como criminosas e, da mesma

<sup>571</sup> BOLDT, op. cit. p. 93.

<sup>572</sup> SÁNCHEZ, Jesus Maria Silva. A expansão do direito penal: aspectos da política criminal nas sociedades pós-industriais. São Paulo: RT, 2002, p. 151.

<sup>573</sup> BATISTA, Vera Malaguti. Outro argumento sobre crimes hediondos. Escritos em homenagem a Alberto Silva Franco. São Paulo: RT, 2003, p. 105.

<sup>574</sup> BOLDT, op. cit. p. 99.

<sup>575</sup> Ibid., p. 97.

<sup>576</sup> Ibid., p. 97.

<sup>577</sup> Ibid., p. 97.

<sup>578</sup> COIMBRA, Cecília. Operação Rio: o mito das classes perigosas: um estudo sobre a violência urbana, a mídia impressa e os discursos de segurança pública. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 2001, p. 62.

<sup>579</sup> BOLDT, op. cit. p. 84.

forma, atinge a eleição daqueles que serão punidos. Com ela (a seletividade), o sistema trabalha balizado por “estereótipos, preconceitos e outras idiosincrasias pessoais”<sup>580</sup>. Por conseguinte, forma-se um abismo entre o “sem número” de condutas tipificadas e o número de comportamentos desviantes efetivamente punidos. Está-se diante do que Zaffaroni<sup>581</sup> denomina de “cifra negra” ou “cifra oculta”:

La criminalización primaria es un programa tan inmenso, que nunca y en ningún país se pretendió llevarlo a cabo en toda su extensión, y ni siquiera en parte considerable porque es inimaginable. La disparidad entre la cantidad de conflictos criminalizados que realmente acontecen en una sociedad y los que llegan a conocimiento de las agencias del sistema es tan enorme e inevitable que no llega a ocultarse con el tecnicismo de llamarla cifra negra u oscura<sup>582</sup>.

Jungida à inexecutabilidade das diretrizes propostas pela criminalização primária (com o sem número de delitos tipificados), a incapacidade de atuação das polícias, como agências executivas do sistema penal<sup>583</sup>, compõe o cenário dantesco de seletividade operada no exercício do poder punitivo. As agências policiais, neste sentido, escolhem, de certa forma, *quem, como e quando* o sujeito (não-consumidor) entrará na malha do processo de criminalização, que tão somente encerrar-se-á formalmente com a prolação da sentença. Contudo, tal como assevera Zaffaroni<sup>584</sup>, a seletividade operada pelas agências executivas não ocorre por si só, mas sim condicionada por outras agências, tais como a de comunicação social:

De cualquier manera, las agencias policiales no seleccionan conforme a su exclusivo criterio, sino que su actividad selectiva es condicionada también por el poder de otras agencias, como las de comunicación social, las políticas, los factores de poder, etc. La selección secundaria es producto de variables circunstancias coyunturales. La empresa criminalizante siempre está orientada por los *empresarios morales*, que participan en las dos etapas de la criminalización, pues sin un empresario moral las agencias políticas no sancionan una nueva ley penal, y tampoco las agencias secundarias comienzan a seleccionar a nuevas categorías de personas. En razón de la escasísima capacidad

<sup>580</sup> SANTOS, Juarez Cirino. Criminologia crítica e a reforma da legislação penal, p. 01.

<sup>581</sup> ZAFFARONI, Eugenio Raul; ALAGIA, Alejandro; SLOKAR, Alejandro. Derecho Penal: Parte General. 2ª ed. Buenos Aires: EDIAR, 2000.

<sup>582</sup> Ibid., p. 07. Em português: a criminalização primária é um programa tão grande que nunca e nenhum país procurou realizá-la em toda sua extensão, em grande parte porque é inimaginável. A disparidade entre o número de delitos que realmente acontecem em uma sociedade e aqueles que chegam ao conhecimento das agências do sistema é tão grande e inevitável que não consegue esconder o tecnicismo da chamada cifra negra ou oculta (tradução livre da autora).

<sup>583</sup> ZAFFARONI, Eugenio Raul; BATISTA, Nilo; et al. Direito Penal Brasileiro. Vol. 1: Teoria Geral do Direito Penal. Rio de Janeiro: Revan, p. 60.

<sup>584</sup> ZAFFARONI, Eugenio Raul; ALAGIA, Alejandro; SLOKAR, Alejandro. Derecho Penal: Parte General. 2ª ed. Buenos Aires: EDIAR, 2000.

operativa de las agencias ejecutivas, *la impunidad es siempre la regla y la criminalización secundaria la excepción*, por lo cual los empresarios morales siempre disponen de material para sus emprendimientos. El concepto de *empresario moral* fue enunciado sobre observaciones de otras sociedades, pero en la sociedad industrial puede asumir ese rol tanto un comunicador social en pos de audiencia como un político en busca de clientela, un grupo religioso en procura de notoriedad, un jefe policial persiguiendo poder frente a los políticos, una organización que reclama por los derechos de minorías, etc<sup>585</sup>.

Percebe-se, neste diapasão, que a mídia além de agência do sistema penal, funciona como *empresario moral* na sociedade industrial, influenciando sobremaneira as atividades das agências executivas (policiais). Ora, através da divulgação dos mais rugosos fatos, praticados, por sua vez, por indivíduos socialmente vulneráveis, constrói-se o mito de que os crimes mais praticados correspondem às condutas dessa parcela de indivíduos. Produz-se, como consequência lógica, a imagem de um criminoso estereotipado e prolifera-se a suposta natureza dos delitos mais praticados por ele. Em outros termos, do total de pessoas que praticam condutas delitivas, apenas um grupo restrito de pessoas são tomadas como criminosas<sup>586</sup>.

A seletividade, portanto, não ocorre apenas na elaboração de tipos penais, “mas também na aplicação das normas (processo penal), e, por fim, na execução da pena ou das medidas de segurança”<sup>587</sup>. Sua origem, por sua vez, está relacionada ao processo de deificação do Mercado. Como lugar de produção da verdade, ou melhor, daquilo que deve ser tomado como verdade, o Mercado estimula a opressão daqueles que não se enquadram em seus padrões de consumo. Por meio da disseminação massificada de discursos simplistas de

---

<sup>585</sup> Ibid., p. 08. Em português: No entanto, as agências policiais não selecionam de acordo com seu exclusivo critério, mas a sua atividade seletiva também é influenciada pelo poder de outros órgãos, tais como os meios de comunicação, políticos, fatores de potência, etc. A seleção secundária é o resultado de circunstâncias variáveis situacionais. A empresa criminalizante sempre é guiada pelos empresários morais, envolvidos nas duas etapas da criminalização, porque sem um empresário moral as agências políticas não sancionam uma nova lei penal, nem as agências secundárias começam a escolher novas categorias de pessoas. Por causa da capacidade operacional muito limitada de agências executivas, a impiedade é sempre uma regra e a criminalização secundária a exceção, por isso os empresários morais sempre dispõem de material para seus empreendimentos. O conceito de empreendedor moral foi enunciado sobre observações de outras sociedades, mas na sociedade industrial pode assumir esse papel, tanto um comunicador social em busca de clientes, um grupo religioso em busca de fama, um policial perseguindo o poder político, uma organização que reivindica os direitos das minorias, etc. (tradução livre da autora).

<sup>586</sup> ZAFFARONI, Eugenio Raul; ALAGIA, Alejandro; SLOKAR, Alejandro. **Derecho Penal: Parte General**. 2ª ed. Buenos Aires: EDIAR, 2000. p. 09.

<sup>587</sup> BOLDT, op. cit. p. 85.

criminalização e repressão, cria-se a imagem do criminoso e espetaculariza-se tudo aquilo que o envolve.

O discurso das agências midiáticas, sob este viés, legitima a prática do poder punitivo “por parte de todas as outras agências do sistema penal, bem como a própria intervenção penal, fomentando, por conseguinte, a expansão do direito penal e a criação de um verdadeiro Estado penal”<sup>588</sup>. Reproduzindo as relações sociais desiguais, erige ao mesmo patamar *pobreza e prisão*. Cria-se uma espécie de “desvalor estético”<sup>589</sup>, no qual o “pessoas feias”<sup>590</sup> sofrem as consequências mais evidentes do exercício do poder punitivo e determinam aquilo que configura a imagem pública do delinquente. Daí então dizer que, antes mesmo da criminalização primária, “há a criminalização midiática”<sup>591</sup>.

#### b) A criação do monstro (2º passo)

Segundo Boldt<sup>592</sup>, a criação de estereótipos é peça basilar para o funcionamento das agências do sistema penal. Dando vazão à seletividade inerente ao exercício do poder punitivo, a imagem pessoal daquele que comete um ilícito é paulatinamente deteriorada com a carga estigmática advinda do simples contato com o sistema penal. O referido contato, entretanto, não tem início com a efetiva prisão, mas, em muitos casos, com a divulgação da imagem do acusado efetuada pela mídia. Assim, os meios de comunicação de massa, “ao difundirem fotografias e adiantarem-se às sentenças com qualificações como chacais”<sup>593</sup>, além de violar o dever de informar de maneira imparcial, transformam a imagem do criminoso em algo não humano.

Muito embora uma pessoa não seja presa tão somente pelo fato de ser pobre ou pertencente a determinado grupo mais vulnerável, “qualquer um prenderia um predador, um monstro”<sup>594</sup>. Nesse interim, as agências midiáticas praticam a seletividade da seletividade: elegem determinado indivíduo dentro do universo do sem número de pessoas que praticaram ilícitos e, posteriormente, os apresentam como se fossem sub-humanos, verdadeiros monstros. Por isso, é muito comum a criação de alcunhas não-humanas que negam a pessoa e sua

<sup>588</sup> Ibid., p. 85.

<sup>589</sup> Ibid., p. 86.

<sup>590</sup> Ibid., p. 86.

<sup>591</sup> GOMES, Marcus Alan de Melo. O negro pobre, o repórter e a mídia. Boletim IBCCRIM, n° 200. Julho/2009.

<sup>592</sup> BOLDT, op. cit. p. 87.

<sup>593</sup> ZAFFARONI, Eugenio Raúl. Em busca das penas perdidas: a perda da legitimidade do sistema penal. Rio de Janeiro: Revan, 2011, p. 134.

<sup>594</sup> BOLDT, op. cit. p. 87.

dignidade quando da prática delitiva. O nome do indivíduo é esquecido ou associado a expressões como “assassino”, “vagabundo” ou “bandido”.

O fato é que a mídia constrói o inimigo e o desqualifica. No cenário de medo e incerteza fomentado pelas agências de comunicação social, os criminosos são criaturas desnecessárias e indesejadas, devendo “ser mantidos longe de nossas vistas, pois representam os demônios interiores de uma sociedade que classifica pessoas conforme sua capacidade de consumir”<sup>595</sup>. Neste contexto, atitudes como as de José Luiz Datena, apresentador do programa “Brasil Urgente”, exibido pela rede Bandeirantes, que “xinga os acusados usando expressões como: ‘vagabundo’, ‘safado’, ‘sem-vergonha’ etc.”<sup>596</sup> são perfeitamente aceitas e reproduzidas.

c) O criminoso como fruto do meio ou anomalia social (3º passo)

Segundo Mello<sup>597</sup>, “holofotes cinematográficos são dirigidos ao suspeito do crime com o intuito de revelar sua identidade e personalidade”<sup>598</sup>. Em frações de segundos, portanto, a vida privada daquele que supostamente praticou uma infração, bem como a vida de seus familiares, é exposta de maneira detalhada pelas agências midiáticas. Absolutamente “tudo é vasculhado”<sup>599</sup> e em poucos minutos todas as manchetes estampam as características do criminoso e seu histórico pessoal. Tal histórico, normalmente está repleto de situações perigosas e aviltantes; de uma infância conturbada; de problemas psicológicos na família.

Cria-se, nesse contexto, a figura de alguém que nasceu para o crime ou que, inexplicavelmente, pendeu para a prática delitiva. Em sentido diametralmente oposto, a vítima aparece como “inocente e simpática”<sup>600</sup>. Enquanto o criminoso é “irracional e brutal”<sup>601</sup>, a vítima sofre um segundo processo de vitimização. Na televisão, além do verdadeiro interrogatório midiático realizado pelos repórteres policiais, existe uma busca incessante pelo que é novo e exclusivo. Daí então ser bastante comum reportagens com pai, mãe, esposa, namorada, filha do acusado e da vítima, que, em meio às lágrimas, demonstra descontento e indignação, numa verdadeira disputa entre as emissoras pela “melhor” entrevista:

<sup>595</sup> Ibid., p. 94.

<sup>596</sup> PATIAS, op. cit., p. 85.

<sup>597</sup> MELLO, Carla Gomes. Mídia e Crime: liberdade de informação jornalística e presunção de inocência. Revista de Direito Público, Londrina, v.5, n.2, p. 106-122, agos. 2010.

<sup>598</sup> Ibid., p. 116.

<sup>599</sup> Ibid., p. 116.

<sup>600</sup> Boldt, op. cit, p. 99.

<sup>601</sup> Ibid., p. 99.



Quando recai sobre o homem a suspeita de ter cometido um delito, é dado ab bestias, como dizia no tempo dos condenados que eram oferecidos como comida às feras. A fera, indomável e insaciável, é a multidão. O artigo da Constituição, que dá a ilusão de garantir a incolumidade do imputado, é praticamente inconciliável àquele outro artigo que sanciona a liberdade de imprensa. Tão logo surgiu a suspeita, o imputado, sua família, sua casa, seu trabalho, são inquiridos, requeridos, analisados, esmiuçados, na presença de todos. O indivíduo, dessa forma, é feito em pedaços. E o indivíduo, recordemo-lo, é o único valor que deveria ser salvo pela civilidade<sup>602</sup>.

Nesse prisma, surgem também os especialistas: os peritos de tudo (que nada sabem, já explicitados no capítulo anterior). Os referidos especialistas, além de apresentar suas opiniões sobre o crime, costumam desvelar aspectos comportamentais e psiquiátricos daquele que praticou o ilícito. O olhar e os gestos do criminoso passam a ser analisados sob diversos aspectos e ângulos de filmagem. Sua vida, infância, família e vizinhos passam a ser os personagens e o cenário de uma verdadeira “novela da vida real”. Tal novela, a propósito, quase funciona como propaganda eleitoral gratuita: não adianta mudar o canal de televisão, pois em todos eles o consumidor-telespectador verá a mesma coisa (novela).

d) O direito-dever de confessar o delito (4º passo)

O sistema punitivo estatal, intimamente ligado à opinião das agências midiáticas, eivado das características já mencionadas no presente trabalho, é impressionantemente repetitivo em sua sina. Neste sentido, o indivíduo que recebe a alcunha de criminoso – o monstro que já teve sua vida investigada e, por conseguinte, sua periculosidade decretada – recebe um tratamento diferenciado conforme o *status* de consumidor ou não-consumidor. E no momento em que é preso, o abismo que separa o *hostis delinquente* dos demais indivíduos fica mais claro: além de sofrer todos os passos anteriormente narrados, o suposto criminoso *pé-de-chinelo* é submetido a um verdadeiro *interrogatório midiático*:

(...) A cena se repete, com uma insistência rotineira: o suspeito, negro, pobre, pouco nutrido, quase nu, algemado, com lesões visíveis pelo corpo – cuja causa, porém, não é explicada – acuado contra a parede de uma Delegacia de Polícia, como se fosse um bicho, uma fera que pudesse, a qualquer momento, atacar o incauto que dela arriscasse se aproximar. A sua frente, um repórter policial que parece estar bem à vontade naquele ambiente, aponta desafiadoramente um microfone para o rosto do preso, e lhe dirige perguntas irônicas, em tom sarcástico, num verdadeiro interrogatório midiático, que não se faz preceder, todavia, de advertências quanto às garantias constitucionais

<sup>602</sup> CARNELUTTI, Francesco. As misérias do processo penal. 2ª ed. São Paulo: Minelli, 2006, p. 48-49.

de permanecer em silêncio, ter assistência de um advogado etc. Em alguns momentos, repetem-se perguntas já respondidas de forma evasiva, desta feita com insinuações explícitas, deixando clara a descrença do repórter inquisidor nas explicações do interrogado, tudo sob a escolta de um policial que garante a segurança, estrategicamente posicionado por trás da câmera – como se isso fosse necessário – e que presta, na sequência, ao mesmo repórter, esclarecimentos sobre a prisão do ‘elemento de alta periculosidade’, que tem ‘várias passagens’ por aquela delegacia, e sempre destaca, com ar de quem tem vasta experiência no assunto, que tudo o que foi dito pelo preso é mentira<sup>603</sup>.

Segundo Marocco<sup>604</sup>, dentre os poderes que emergem da entrevista realizada pelo jornalista existe uma espécie de dupla sujeição (entrevistado e entrevistador): o primeiro (entrevistado), “se submete à lógica interrogatório/confissão”<sup>605</sup>; o segundo (entrevistador), está submetido à norma. Sob este viés, é possível compreender que existe uma relação de “autoridade entre quem escuta (instância de dominação) e quem confessa (instância de submissão)”<sup>606</sup>. Sendo assim, as estratégias midiáticas refletem um tipo de objetivação que transforma os seres humanos em meros sujeitos da entrevista em uma sequência de interrogatório/confissão.

Especificamente no âmbito televisivo, é possível constatar o comportamento das emissoras que enviam seus repórteres policiais para acompanhar a prisão de suspeitos e, posteriormente, antes mesmo da oitiva oficial, realizam o interrogatório do preso, conforme será destacado no caso concreto exposto a seguir (item 4.3.). Ora, na situação de sujeição em que se encontra, o suspeito é “acuado contra parede”<sup>607</sup> e a ele não resta alternativa senão confessar a prática do delito e relatar todas as suas circunstâncias, inclusive seu estado de ânimo antes, durante e depois.

Ao realizar o *interrogatório midiático*, o repórter costuma, ainda, debochar da versão apresentada pelo suspeito. Enquanto o interrogatório acontece, o âncora do jornal sensacionalista (que transmite tudo “ao vivo”) repete jargões e xingamentos, achando sempre “um absurdo” e imperdoáveis as ações delitivas. Pertencendo a instância de dominação, o repórter policial propaga o imaginário de que a confissão é suficiente para que haja a

---

<sup>603</sup> GOMES, op. cit. p. 1

<sup>604</sup> MAROCCO, Beatriz. Foucault, mídia e entrevista. Publicação da Seção Sindical dos Docentes da UFSM: NOVEMBRO/2006. ANDES, p. 12.

<sup>605</sup> Ibid., p. 12.

<sup>606</sup> Ibid., p. 12.

<sup>607</sup> GOMES, op. cit. p. 1.

condenação, como se o processo penal brasileiro adotasse o sistema tarifário de provas. Se o indivíduo não confessa, por sua vez, a afirmativa do repórter é quase sempre a mesma, seguida por um olhar de reprovação do âncora: “mesmo sendo preso em flagrante não confessou”; “diante de todas as provas, o meliante insiste em não confessar”.

e) O direito-dever de se arrepender (5º passo)

Dividindo espaço com a confissão, surge a necessidade de o indivíduo que (supostamente) praticou uma infração demonstrar (o mínimo que seja) sinal de arrependimento. O criminoso, desde seu primeiro contato com o sistema penal, através das agências midiáticas, precisa aprender a “jogar o jogo”<sup>608</sup>. E *jogar o jogo*, nesse contexto, significa retroalimentar o sistema através do arrependimento<sup>609</sup>. A condenação do suspeito, sob esta perspectiva, começa a se delinear desde seu primeiro contato com a mídia, na medida em que além de confessar a prática do crime, ele (suspeito) deve restringir seu comportamento àquilo que seja considerado normal.

Marques Neto<sup>610</sup>, a partir da leitura do romance “O estrangeiro”<sup>611</sup>, de Albert Camus, apresenta a dimensão do absurdo na dinâmica do processo penal e na própria lógica interna do direito penal. Tal perspectiva pode ser aplicada ao contexto de demonização do acusado, sobretudo no que se refere à confissão e ao arrependimento, como forma de transformar o acusado em culpado e verdadeiro “colaborador da acusação”<sup>612</sup>. Dessa forma, o julgamento do personagem central de “O estrangeiro”, Meursault, materializa a condição *sine qua non* do arrependimento na lógica (“ou ilógica”<sup>613</sup>) do sistema punitivo.

No romance, o fato de Meursault ter fumado, tomado café e não ter chorado no enterro da mãe se tornou mais grave do que ter efetivamente matado um homem. O fato delitivo em si é esquecido em detrimento da real necessidade de reforçar o sistema. O padrão de normalidade do *homo medius*<sup>614</sup> representa o que se espera do criminoso. E o que se espera é o seu arrependimento:

Mas o meu advogado, a paciência esgotada, gritou levantando os braços, de tal forma que as mangas, caindo para trás, descobriram as

<sup>608</sup> MARQUES NETO, Agostinho Ramalho. O estrangeiro: a justiça absurda. In: Direito e Psicanálise. Intercossões a partir de Albert Camus. Lumen Juris: Rio de Janeiro, 2006, p. 21.

<sup>609</sup> Ibid.

<sup>610</sup> Op. Cit.

<sup>611</sup> CAMUS, Albert. O estrangeiro. Trad. Antônio Quadros. São Paulo: Abril Cultural, 1972.

<sup>612</sup> MARQUES NETO, op. cit. p. 23.

<sup>613</sup> Ibid., p. 23.

<sup>614</sup> Ibid., p. 24.

pregas de uma camisa engomada: - Enfim, estão a acusá-lo de ter assassinado um homem ou de lhe ter morrido a mãe? – O público riuse. Mas o procurador levantou-se outra vez, ajustou a toga e declarou que era preciso ter a ingenuidade do ilustre defensor para não sentir que entre as duas ordens de fatos havia uma relação profunda, patética, essencial. – Sim – exclamou ele com força –, acuso este homem de ter assistido ao enterro da mãe com um coração de criminoso. – Esta declaração parece ter provocado um efeito considerável sobre o público. O meu advogado encolheu os ombros e limpou o suor que lhe cobria a testa. Mas ele próprio parecia abalado e compreendi nesta altura que as coisas não iam muito bem para mim<sup>615</sup>.

Diante dos acontecimentos, Meursault dá “provas de insensibilidade no dia do enterro”<sup>616</sup> e isso é suficiente para demonstrar seu caráter criminoso. Da mesma forma, Duras<sup>617</sup>, transcrevendo sua entrevista com “um ‘vadio’ não arrependido”<sup>618</sup>, apresenta a constatação de que “um delinquente só está apto a reintegrar-se na sociedade se se arrepende amargamente do crime que cometeu”<sup>619</sup>. O criminoso, nesse interim, passa a ser julgado não por ter praticado fato típico, antijurídico e culpável, mas sim pela reputação criada a seu respeito<sup>620</sup>.

Quando o sujeito que praticou a infração não demonstra “o menor remorso”<sup>621</sup> pelos atos de que sofre acusação é imediatamente taxado de frio e calculista. Por sua vez, sem o arrependimento, as agências midiáticas prontamente disseminarão a ideia de que o delinquente é um “psicopata”. Assim, complementando a lógica do absurdo inerente ao próprio sistema punitivo, Marques Neto<sup>622</sup> também corrobora que em “tempos midiáticos (...) a imprensa ‘faz’ o caso, como confessa a Meursault um jornalista pouco antes do início do julgamento”<sup>623</sup>, demonstrando toda a “sua potencialidade de espetáculo”<sup>624</sup>.

#### f) A incitação à (des)ordem pública (6º passo)

A força das agências midiáticas no exercício do poder punitivo não se resume, pois, a eleição de inimigos, mas também à incitação do combate ao *hostis* por ela erigido. Elencando a impunidade como elemento causador, por si só, da criminalidade, a mídia,

<sup>615</sup> CAMUS, op. cit. p. 123-124.

<sup>616</sup> Ibid., p. 85.

<sup>617</sup> DURAS, Marguerite. *Outside*. Trad. Maria Filomena Duarte. São Paulo: DIFEL, 1983.

<sup>618</sup> Ibid., p. 103.

<sup>619</sup> Ibid., p. 115.

<sup>620</sup> Ibid., p. 110.

<sup>621</sup> Ibid., 115.

<sup>622</sup> MARQUES NETO, op. cit.

<sup>623</sup> MARQUES NETO, op. cit. p.18.

<sup>624</sup> Ibid., p. 18.

através da televisão, por exemplo, exhibe diuturnamente a imagem do criminoso, detalhando as reações do Delegado, do Ministério Público (MP) e do Poder Judiciário: representou-se acerca da prisão temporária ou preventiva; o MP foi favorável; o juiz deferiu o pedido.

Contudo, se, por alguma razão, o fluxo punitivo não é confirmado, os noticiários são unânimes em disseminar (por palavras e gestos) o quão absurda foi a decisão de manter o delinquente em liberdade. Ora, se o poder público não consegue efetivamente cumprir seu papel, cabe ao povo tomar as “rédeas” da situação:

Algo semelhante ocorre quando a mídia desempenha aparentemente seu papel mais estrito de ‘meio’ e apenas transmite uma informação, expondo imagens gravadas por circuitos internos de TV. Foi o que ocorreu no caso da babá flagrada batendo na criança de quem ela deveria cuidar, em Goiânia: na edição seguinte à divulgação da cena, os jornais publicaram foto da moça tentando escapar de uma ‘tesoura’ desferida por um rapaz, numa estrada de terra. ‘Bateu, levou’ era o título da legenda do Globo, na capa da edição de 31 de julho de 2002. Na sequência do noticiário, especialmente televisivo, o explícito desagradou na expressão dos locutores ao informar a pena imposta à babá: prestação de serviços comunitários em vez de punição exemplar atrás das grades<sup>625</sup>.

Essa lógica descrita por Moretzsohn<sup>626</sup> demonstra com clareza solar o entendimento disseminado pela mídia: “a mobilização popular torna o país mais justo, e essa justiça significa a radicalização punitiva”<sup>627</sup>. Diante desse contexto, surgem as práticas de linchamento incitadas pela mídia. O interessante, não se pode olvidar, é a lógica paradoxal do modelo: inicialmente as agências midiáticas incitam a violência e, posteriormente, recriminam a barbárie cometida. Tal constatação pode ser percebida em um caso recente. Trata-se de um adolescente que foi encontrado, em meados de fevereiro de 2014, nu e preso a um poste por uma trava de bicicleta no Aterro do Flamengo, na zona sul do Rio de Janeiro.

A edição n. 2360, da Revista Veja, de 12 de fevereiro de 2014, por exemplo, retratou o caso estampando a foto do menor de 15 anos, acusado de roubos, acompanhada das expressões “civilização” e “barbárie”. O teor da reportagem apresenta algumas frases expostas na internet sobre o fato, dentre as quais é possível ler afirmações como “bandido bom é bandido morto”; “vagabundo tem que de ficar assim mesmo! Quem tem pena leva para casa para cuidar” e; ainda; “se a polícia não age, o povo toma atitude”. Segundo revista, o

<sup>625</sup> MORETZSOHN, Sylvia. O caso Tim Lopes: o mito da “mídia cidadã”. In: Discursos Sediciosos, Rio de Janeiro, n. 12, 2002, p. 296.

<sup>626</sup> MORETZSOHN, op. cit.

<sup>627</sup> Ibid., p. 296.

número de comentários a favor dos “justiceiros” em uma rede de social da internet foi simplesmente o dobro das críticas.

Paralelamente a isso, a reportagem assinala para o fato de que o “recurso da justiça pelas próprias mãos” reflete a desagregação do tecido social e a negação de conquistas básicas da civilização. Continuando a pseudo-análise, a edição ratifica que, muito embora seja assustador o número de pessoas que aprovam se colocar no lugar do Estado e das leis, executando um homem como se fosse uma mosca, isso ocorre (alarmantemente) sem muita contestação e até mesmo sob “aplausos na cidade-vitrine do Brasil potência”. Finalmente a conclusão aponta a descrença no aparelho estatal e para o fato de que a paciência dos brasileiros está chegando ao fim.

Neste sentido, deixando de simplesmente relatar fatos, as agências midiáticas assumem a função investigativa. Utilizando os recursos da reprodução simulada dos fatos, dramatizam o caso com o fito de comover o público à prática do “olho por olho, dente por dente”. O caso “Isabela” é um exemplo desse fenômeno, só que desta vez como sinônimo de um tipo diferente de linchamento: o midiático. O pai e a madrasta acusados de matar a criança participaram da reprodução simulada dos fatos produzida pela polícia e promovida pela mídia, sendo acompanhada ao vivo por milhares de telespectadores e de pessoas que se deslocaram de suas residências para acompanhar tudo de perto e ter a chance de xingar e bater nos carros em que os “suspeitos” eram levados.

g) A mídia e a execução da pena (7º passo)

O julgamento público antecipado promovido pela mídia se materializa desde o “primeiro momento no qual uma acusação a alguém se torna pública”<sup>628</sup>, na medida em que esta mercadoria-notícia não nasce “absolutamente neutra, nem puramente descritiva”<sup>629</sup>. O discurso criminológico promove, sendo assim, uma acusação inicialmente disfarçada por “um olhar moralizante e maniqueísta”<sup>630</sup>. Citando o caso “Isabela” novamente, Mello<sup>631</sup> apresenta uma publicação da Revista Veja como exemplo do verdadeiro julgamento antecipado promovido pelas agências de comunicação social:

Tomemos como exemplo a edição n. 2057, da Revista Veja, de 23 de abril de 2008. Na capa, estampados estão os rostos do pai e da

<sup>628</sup> BATISTA, Nilo. Mídia e sistema penal no capitalismo tardio. In: Discursos Sediciosos, Rio de Janeiro, n. 12, 2002, p. 282.

<sup>629</sup> Ibid., p. 282.

<sup>630</sup> Ibid., p. 282.

<sup>631</sup> MELLO, op. cit.

madrasta suspeitos de terem assassinado a menina Isabela. Logo abaixo da imagem, o título impactante, cujo final nos chama atenção, uma vez que escritos em tamanho maior e em cores diferentes da utilizada no início do texto: ‘para a polícia, não há mais dúvidas sobre a morte de Isabela: FORAM ELES’.<sup>632</sup>

O título e o teor da reportagem acerca da morte da menina Isabela comprovam o papel de promotora da acusação desempenhado pela mídia. O caso “Escola Base”, por sua vez, também corrobora esse procedimento. Tudo começou com uma notícia de impacto: “crianças de classe média estariam sofrendo abusos sexuais justamente dos responsáveis por uma escolinha que deveriam zelar por sua integridade”<sup>633</sup>. Diante disso, o relato inicialmente formal foi ganhando tons sensacionalistas, com exploração de depoimentos das famílias das vítimas, que eram incentivados a trazer novas denúncias. Isso ocorria de maneira praticamente compulsiva, a tal ponto que foi levantada a hipótese de que as “crianças vítimas” estariam com AIDS<sup>634</sup>:

A imprensa já havia provocado a ira popular; na madrugada de quinta para sexta, a escolinha foi saqueada. Móveis e materiais escolares foram destruídos e aparelhos eletrônicos furtados. Segundo os jornais do dia seguinte, 30 pessoas participaram do saque e policiais militares deram cobertura (...) A imprensa tinha dado tanto crédito às supostas vítimas que elas não se contentavam mais em somente lançar acusações sem fundamentação, mas já se sentiam seguras e no direito de elas mesmas praticarem crimes<sup>635</sup>.

Mesmo diante das primeiras dúvidas acerca da autoria delitiva, os possíveis responsáveis pelo crime (que posteriormente se provou inexistente) foram presos. Com o passar do tempo e a ausência de provas capazes de corroborar a acusação, a imprensa foi mudando de postura e a consequência não poderia ser outra: os defensores dos acusados tiveram oportunidade de expressar-se na televisão e a absolvição dos acusados (por contradição entre a denúncia e o que efetivamente se apurou) foi inevitável<sup>636</sup>. Aos inocentes acusados pelas agências de comunicação social, restou tão somente uma vida midiaticamente destruída e a possibilidade de pleitear indenização por danos morais.

<sup>632</sup> Ibid., p. 118.

<sup>633</sup> RIBEIRO, Alex. Caso Escola Base – os abusos da imprensa. São Paulo: Ática, 1995, p. 47.

<sup>634</sup> BONJARDIM, Estela Cristina. O acusado, sua imagem e a mídia. São Paulo: Max Limonad, 2002, p. 107.

<sup>635</sup> RIBEIRO, op. cit. p. 46-47.

<sup>636</sup> BONJARDIM, op. cit. p. 107-108.

É possível, ainda, ir mais além neste processo de julgamento antecipado praticado pelas agências midiáticas. Batista<sup>637</sup>, tomando como parâmetro os estudos realizados por Mendonça<sup>638</sup>, ressalta a executivização da comunicação social através da análise do programa “Linha Direta”, exibido pela Rede Globo. Tal programa, já extinto, funcionaria como processo de julgamento público, “que não deve satisfações à constituição ou às leis, porém produzem efeitos reais”<sup>639</sup>. O nível máximo de executivização foi demonstrado a partir da comemorada notícia da morte de um assaltante, “cuja biografia criminal fora dias antes exposta”<sup>640</sup>:

O exame do primeiro programa mostra um cruel Marcos ‘Capeta’, chefe de numeroso bando, que maneja uma metralhadora .50, instalada na carroceria de uma pick-up, contra policiais atônitos, que empunham revólveres calibre 38, numa Kombi que explode. Desnecessário será dizer que as chamas da explosão, naquilo que terá parecido ao diretor um grande achado, emolduraram o rosto cínico de Marcos ‘Capeta’, cuja alcunha se prestava a uma espécie de demonização ao pé da letra<sup>641</sup>.

A verdade é que os fatos se deram de maneira bem distinta. A personificação da demonização do acusado e o exercício do poder punitivo através das agências midiáticas são bastante significativos neste caso. Os documentos concernentes ao confronto, que vitimou o foragido Marcos “Capeta”, ratificam que o foragido foi encontrado em local ermo e “facilmente sitiável”<sup>642</sup>. Seu corpo, além de uma lesão contusa na região cervical, foi cravejado por vinte e dois projéteis de arma de fogo. Dentre as armas encontradas no local, uma não funcionava e as outras três permaneciam carregadas parcialmente, inexistindo qualquer .50, bem como não havia nenhum bando que o acompanhasse, mas tão somente um garoto de 14 anos, encontrado com oito perfurações de arma de fogo.

Batista<sup>643</sup> conclui, diante desse contexto, asseverando que o estudo de Mendonça<sup>644</sup> sobre o programa “Linha Direta” constitui um “marco teórico da análise do discurso”<sup>645</sup>. Isso procede, na medida em que o autor identifica a televisão como “instância de

---

<sup>637</sup> BATISTA, op. cit.

<sup>638</sup> MENDONÇA, Kleber. A punição pela audiência – um estudo do Linha Direta. Rio de Janeiro: Quartet/Faperj, 2002.

<sup>639</sup> BATISTA, op. cit. p. 286.

<sup>640</sup> Ibid., p. 285.

<sup>641</sup> Ibid., p. 285.

<sup>642</sup> Ibid., p.285.

<sup>643</sup> BATISTA, op. cit.

<sup>644</sup> MENDONÇA, op. cit.

<sup>645</sup> BATISTA, op. cit. p. 285.



serviço público que tende a corrigir as insuficiências do sistema penal, a fazer justiça funcionar como deveria”<sup>646</sup>. Despertando a indignação dos telespectadores e convidando-os a participar da caçada ao bandido, as agências midiáticas desempenham a função de agências executivas (policiais)<sup>647</sup>, numa espécie de “privatização parcial do poder punitivo”<sup>648</sup> às custas da demonização do acusado.

#### 4.3. Televisão, leis de Mercado e o espetáculo da “indústria penal”: um caso concreto

No Brasil, cerca de 96,9% dos lares possuem aparelhos de televisão<sup>649</sup>. McCombs e Shaw<sup>650</sup>, analisando o peso das agências de comunicação social na formação da opinião nacional, corroboram que “a mídia pode até não ter muito sucesso em dizer como as pessoas devem pensar, mas sem dúvida alcança um sucesso estrondoso em dizer sobre o que as pessoas devem pensar”<sup>651</sup>. Neste cenário, tanto a segurança pública quanto a justiça penal passam a ser tomadas como instrumentos valiosos, na medida em que propiciam “ótimos índices de audiência e fazem a fama de jornalistas e operadores do direito ambiciosos”<sup>652</sup>.

Além do inegável “valor artístico”<sup>653</sup> que a sociedade mediada por imagens confere ao Direito Penal, este parece ter ganhado o status de poderoso instrumento político: “campanhas políticas utilizam a violência como um de seus principais instrumentos de propaganda e conferem às leis penais o poder mágico de solucionar complexos problemas sociais”<sup>654</sup>. Com isso, a sociedade massificada, desprovida de indivíduos críticos e autônomos, pode ser facilmente manipulada e, por conseguinte, compactua com o surgimento de uma verdadeira “indústria penal”<sup>655</sup>. Essa indústria, não se pode olvidar, é “criada a partir do discurso punitivo e está claramente associada aos meios de comunicação”<sup>656</sup>.

---

<sup>646</sup> Ibid., p. 285.

<sup>647</sup> Ibid., p. 286.

<sup>648</sup> Ibid., p. 286.

<sup>649</sup> IBGE, Diretoria de Pesquisas, Cordenação de Trabalho e Rendimento. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2009/2011. Disponível em: [brasilensintese.ibge.gov.br/habitacao/bens-duraveis/](http://brasilensintese.ibge.gov.br/habitacao/bens-duraveis/). Acesso em: 28.02.2014.

<sup>650</sup> McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald, The Agenda-Setting Function of the Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, 176-87, 1972.

<sup>651</sup> Ibid., p. 117.

<sup>652</sup> BOLDT, op. cit. p. 68.

<sup>653</sup> Ibid., p. p. 68.

<sup>654</sup> Ibid., p. 68.

<sup>655</sup> Ibid., p. 69.

<sup>656</sup> Ibid., 69-70.

Imprescindíveis à manutenção da indústria penal, as agências midiáticas passam, cada vez mais, a integrar o sistema punitivo e parecem liquidar, progressivamente, a autonomia estatal. Para elucidar algumas das características desse processo elencadas pelo presente trabalho, expõem-se a seguir um recente caso explorado pela mídia. Para tanto, far-se-á um breve resumo da história e, logo em seguida, proceder-se-á a análise do comportamento da mídia.

a) Caso cinegrafista da TV Bandeirantes: um resumo dos fatos

Em 06 de fevereiro de 2014, a onda de protestos iniciada em junho de 2013 no Brasil (cujo estopim foi o aumento da tarifa de transporte em São Paulo) levou mais uma multidão às ruas, desta vez na Candelária, centro do Rio de Janeiro. Os manifestantes protestavam contra o aumento da passagem de ônibus de maneira inicialmente pacífica, quando, nas imediações da Praça Duque de Caxias, o confronto direto com a polícia foi inevitável. No confronto, sete pessoas sofreram ferimentos, dentre as quais estava o cinegrafista da TV Bandeirantes Santiago Andrade, socorrido em estado grave depois de ser atingido na cabeça por aquilo que acreditavam ser estilhaços de uma bomba.

Fotógrafos, cinegrafistas e câmeras de vigilância registraram o momento da explosão. Logo após a maciça divulgação das imagens do incidente pela mídia, o jovem Fábio Raposo (tatuador) se apresentou na 16ª DP. Em seu relato inicial, Raposo confirmou perante a autoridade policial que havia repassado um rojão para um homem de nome e endereço desconhecidos, que o teria acendido e, por conseguinte, atingido o cinegrafista. O artefato lançado provocou o afundamento do crânio do jornalista que, muito embora tenha passado por uma cirurgia no setor neurológico do Hospital Municipal Souza Aguiar, não resistiu e veio a óbito no dia 10 de fevereiro, quatro dias depois da manifestação no centro do Rio.

A violência na manifestação foi, a priori, atribuída a um grupo que se autodenomina “black bloc”. Após a apresentação de Fábio Raposo, mesmo inicialmente relutante quanto à identificação do homem para o qual entregou um artefato pirotécnico, este teria colaborado no sentido de fornecer dados capazes de permitir a individualização do outro personagem: Caio Silva de Souza (auxiliar de serviços). Segundo Relatório Final do procedimento investigatório nº 018-00603/2014<sup>657</sup>, elaborado pelo Delegado Maurício

---

<sup>657</sup> O Relatório Final do Inquérito chegou a ser publicado em um site da internet. Disponível em: [www.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/02/mp-recebe-inquerito-sobre-morte-de-cinegrafista-atingido-por-rojao-no-rio.html](http://www.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/02/mp-recebe-inquerito-sobre-morte-de-cinegrafista-atingido-por-rojao-no-rio.html).

Luciano, o referido indivíduo foi reconhecido por foto (retrato falado) pelo primeiro indiciado (Fábio Raposo) como sendo o responsável direto em acender e posicionar o petardo em direção ao cinegrafista da TV Bandeirantes.

Fábio Raposo, mesmo tendo espontaneamente comparecido à delegacia e colaborado para a elucidação do fato, teve sua prisão decretada e foi detido em casa. Ele foi levado na manhã do dia 09 de fevereiro de 2014 para o Complexo Penitenciário de Gericinó, em Bangu, na Zona Oeste. Caio Silva de Souza, por sua vez, teria fugido para o Estado da Bahia. Com a colaboração da polícia local, o Delegado Maurício Luciano, juntamente com sua equipe, localizaram o suspeito na cidade de Feira de Santana, onde foi capturado sem oferecer nenhum tipo de resistência. Após a oitiva de testemunhas e análises periciais, a autoridade policial responsável indiciou os envolvidos pela prática dos crimes de homicídio qualificado<sup>658</sup> (por motivo fútil, emprego de explosivo e sem possibilidade de defesa da vítima) e explosão<sup>659</sup>.

## b) O comportamento da mídia

### b.1) Em busca de um inimigo

As primeiras notícias eram as de que um protesto no Rio de Janeiro havia deixado sete feridos, dentre os quais aquele que se encontrava em estado mais grave era um cinegrafista da TV Bandeirantes. Inicialmente o comportamento da mídia foi o de atribuir a culpa da violência à truculência da polícia militar. O fotógrafo do provedor de internet “Terra”, Daniel Ramalho, que acompanhava a manifestação perto do cinegrafista, chegou a declarar: “os manifestantes estavam jogando pedra e os PM’s jogando bomba de gás, foi em um momento tenso”<sup>660</sup>. A desproporcionalidade do uso da força também foi objeto das críticas de Bernardo Menezes<sup>661</sup>, da Globo News, segundo o jornalista, a PM havia tentando dispersar a multidão lançando bombas de efeito moral e uma dessas bombas teria atingido o cinegrafista.

---

<sup>658</sup> Art. 121, §2º, II, III e IV do Código Penal.

<sup>659</sup> Art. 251, §1º, do Código Penal.

<sup>660</sup> Disponível em: [noticias.terra.com.br/brasil/cidades/rio-protesto-tem-7-feridos-caso-de-cinegrafista-da-band-e-o-mais-grave,48530ee71c904410VgnVCM10000098cceb0aRCRD.html](http://noticias.terra.com.br/brasil/cidades/rio-protesto-tem-7-feridos-caso-de-cinegrafista-da-band-e-o-mais-grave,48530ee71c904410VgnVCM10000098cceb0aRCRD.html)

<sup>661</sup> Disponível em: <http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo/geral/cinegrafista-ferido-nao-e-assim-que-se-faz-globonews-nao-e-assim-que-se-faz-bom-dia-brasil-e-e-evidente-que-todos-por-la-sabem-disso-esperamos-o-pedido-de-desculpa/>

No dia 07 de fevereiro de 2014 a Rede Globo, através do “Jornal Nacional”, desmentiu a reportagem da Globo News<sup>662</sup>. O “Jornal Nacional”, a propósito, que por vários dias destinou incontáveis minutos à cobertura completa do caso, dedicou a este um extenso editorial lido “ao vivo” por William Bonner. Nele a morte do cinegrafista Santiago Ilídio Andrade foi declarada como um evento triste e deplorável: um verdadeiro absurdo e um ataque à própria classe de jornalistas. O incidente, que ganhou as manchetes de todo o país, foi associado ao papel da mídia na elucidação de fatos e na denúncia de irregularidades. Em meio a ânsia de encontrar um responsável (inimigo) pelo episódio, a Rede Globo não perdeu a oportunidade de mostrar seu heroísmo:

Sem os jornalistas profissionais, a nação não tem como tomar conhecimento amplo das manifestações. Também a polícia errou – e muitas vezes. Em algumas, se excedeu de uma forma inaceitável contra os manifestantes; em outras, simplesmente decidiu se omitir. E, em todos esses casos, a imprensa denunciou. Ou o excesso ou a omissão<sup>663</sup>.

Na velocidade em que os instrumentos massificados e a sociedade espetacularizada produz suas verdades, Rachel Sheherazade (a mesma jornalista que, comentando o caso do adolescente amarrado em um poste pela população, criticou os defensores dos Direitos Humanos e clamou para que os mesmos “façam um favor ao Brasil: adote um bandido”<sup>664</sup>), no “Jornal do SBT”, emitiu sua opinião sobre a acusação da Rede Globo de que a ação policial durante o protesto teria provocado a morte cinegrafista no Rio de Janeiro. Para ela, “a Polícia foi julgada sumariamente”, comentando, ainda, que “o retrato falado e distorcido da Polícia Militar brasileira é o de uma polícia despreparada, violenta e assassina”. Finalmente classificou esse tipo de conceito como “linchamento moral das forças armadas e das polícias”<sup>665</sup>.

Diante disso, após o primeiro momento, a mídia, sobretudo através da televisão, considerou que os responsáveis pelo tumulto não eram efetivamente os policiais, mas sim os participantes de um grupo de desordeiros chamado “black bloc”. Inspirados em um movimento contra o capitalismo e originado na Alemanha na década de 1970, os “black bloc” costumam utilizar roupas cobrindo o rosto com o objetivo dificultar a identificação por parte

<sup>662</sup> Disponível em: [paniscumovum.blogspot.com.br/2014/02/manifestacoes-escalada-da-violencia.html](http://paniscumovum.blogspot.com.br/2014/02/manifestacoes-escalada-da-violencia.html)

<sup>663</sup> Disponível em: [m.g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/02/editorial-da-rede-globo-sobre-morte-de-cinegrafista.html?menu=5eb31164aba62b7](http://m.g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2014/02/editorial-da-rede-globo-sobre-morte-de-cinegrafista.html?menu=5eb31164aba62b7)

<sup>664</sup> Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=KMM-KtngYsQ](http://www.youtube.com/watch?v=KMM-KtngYsQ)

<sup>665</sup> Disponível em: [www.youtube.com/watch?v=TyZT3KaGT9s](http://www.youtube.com/watch?v=TyZT3KaGT9s)

das autoridades<sup>666</sup>. Sempre associados a depredação, a violência teria sido introduzida no protesto por eles (os “black bloc”), que utilizavam durante as manifestações artefatos pirotécnicos providos de propulsão simplesmente com o fito de estabelecer a desordem e provocar o caos.

O fato ocorrido no dia 06 de fevereiro continuava repercutindo seus efeitos. Depois de uma ininterrupta transmissão de imagens e opiniões o tatuador Fábio Raposo decide, repentina e espontaneamente, comparecer a Delegacia de Polícia e se entregar. O rapaz “jogou o jogo” e confessou ter repassado o artefato explosivo para um desconhecido. Com sua ajuda na produção do retrato falado do segundo suspeito, a Polícia rapidamente encontrou o auxiliar de serviços (porteiro do Hospital Rocha Faria, na zona oeste do Rio de Janeiro) Caio Silva de Souza, preso em Feira de Santana, na Bahia. Com a prisão dos dois suspeitos a novela “Cinegrafista da TV Bandeirantes” parecia ter chegado ao fim: ledo engano.

Em meio às investigações uma suspeita ganhava cada vez mais força e divulgação pela mídia: o suposto financiamento de grupos e participação de partidos políticos<sup>667</sup> não apenas no protesto que resultou na morte do cinegrafista Santiago Andrade, mas também nas manifestações que desde junho de 2013 não param de ocorrer no Brasil. O inimigo finalmente vem à tona. Em ano eleitoral desvela-se que as manifestações que pararam o Brasil, dentre as quais a que resultou na morte do cinegrafista da TV Bandeirantes, eram na verdade financiadas por partidos políticos de oposição, que contratavam pessoas para incitar o povo à desordem.

#### b.2) Os passos de demonização: alguns comentários

Nesse episódio, algumas observações quanto aos passos de demonização do acusado precisam ser feitas. Muito embora Fábio Raposo e Caio Silva de Souza tenham sido, por vezes, chamados de tatuador e auxiliar de serviços, respectivamente, os suspeitos não receberam alcunha de mostro ou algo não humano. O delegado responsável pelo caso fez questão de entregar pessoalmente o Inquérito Policial concluído nas mãos do Promotor de Justiça responsável, tudo registrado pela imprensa, e os indiciados pelo crime de homicídio permaneciam os mesmos. Contudo, as agências midiáticas elegeram outro *hostis*.

---

<sup>666</sup> Disponível em: [www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/07/1309858-entenda-o-que-e-o-ativismo-black-bloc-presente-nas-manifestações.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/07/1309858-entenda-o-que-e-o-ativismo-black-bloc-presente-nas-manifestações.shtml)

<sup>667</sup> Disponível em: [g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/02/collega-conta-que-caio-ligou-e-disse-ter-matado-um-homem-diz-policia.html](http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/02/collega-conta-que-caio-ligou-e-disse-ter-matado-um-homem-diz-policia.html)

Como o objetivo das exaustivas transmissões sobre o caso “cinigrafista da TV Bandeirantes” era, aparentemente (em tese), desvelar a “rede de financiamento” em que os protestos haviam se transformado, não houve necessidade de coisificar Raposo e Caio. Ao invés disso, suas humildes profissões foram destacadas, com o escopo de insinuar a condição sócio-intelectual menos favorecida daqueles que mataram o cinigrafista e, ao mesmo tempo, elencar a possibilidade de imputar a culpa ao verdadeiro inimigo. Os protestos que mobilizaram o Brasil desde junho de 2013 não seriam fruto da revolta contra o sistema, mas tão somente fruto do oportunismo de políticos de oposição e da busca pelo capital.

O defensor dos acusados de matar o cinigrafista afirmou que Caio de Souza recebia um salário mínimo para participar de manifestações. O “bolsa protesto”, como ficou conhecido, também seria distribuído a pessoas de baixa renda, normalmente no valor de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) por protesto. As pessoas seriam levadas em ônibus alugados para essa finalidade e o objetivo era promover atos de vandalismo e ataques à polícia. A Procuradoria Regional Eleitoral atualmente analisa a abertura de investigação sobre envolvimento de partidos políticos no financiamento de manifestações<sup>668</sup>.

Os demais passos de demonização foram nitidamente visualizados por aqueles que acompanharam os jornais televisionados de todas as emissoras. Porém, o que mais chamou a atenção nesse caso foi o emblemático interrogatório midiático monopolizado pela Rede Globo. A jornalista Bette Lucchese deslocou-se do Rio de Janeiro para Bahia, juntamente com a equipe de policiais, para efetuar a prisão de Caio Silva de Souza, que estava foragido. Ao chegar no município de Feira de Santana, uma reportagem exclusiva deu conta de efetuar o interrogatório do suspeito antes mesmo da polícia, oportunidade em que o jovem, cabisbaixo, declarou-se culpado, confessando ter acendido o rojão juntamente com Fábio Raposo: “acendi sim”<sup>669</sup>, disse ele.

### b.3) Consequências

A notícia sobre o crime fascina. A conclusão exposta no capítulo anterior<sup>670</sup> trouxe como imbricação direta a preocupação com a resposta ao seguinte questionamento: Se a notícia sobre o crime vende, quais as consequências disso? O caso do cinigrafista da TV

---

<sup>668</sup> Disponível em: [veja.abril.com.br/noticia/brasil/advogado-revela-que-manifestantes-pobres-recebem-bolsa-protesto](http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/advogado-revela-que-manifestantes-pobres-recebem-bolsa-protesto)

<sup>669</sup> Disponível em: [g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/02/em-entrevista-suspeito-admite-que-acendeu-artefato-e-diz-ter-sido-aliado.html](http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/02/em-entrevista-suspeito-admite-que-acendeu-artefato-e-diz-ter-sido-aliado.html)

<sup>670</sup> Ver item 3.2.3

Bandeirantes parece confirmar a hipótese de que as agências midiáticas fomentam o agigantamento do sistema penal e a consequente eleição de inimigos a serem combatidos. Depois de uma semana da mais ampla e exaustiva divulgação do evento que resultou na morte de Santiago Andrade, muito além de simplesmente desvelar o esquema do “bolsa protesto”, foi apresentado, José Mariano Beltrame, secretário de segurança do Rio de Janeiro, entregou ao Presidente da Sub Comissão de Segurança Pública do Senado Federal a minuta de uma proposta de lei para tipificar crime de desordem<sup>671</sup>.

O certo é que o discurso de “Lei e Ordem” e tolerância zero, muito embora ideologicamente bem articulado, não coaduta com os princípios do Estado Democrático de Direito. Assim, o Direito Penal passa a ter nítido papel de manutenção do sistema. A legitimação do uso da coerção afasta, cada vez mais, o Estado Social, que passa a ser substituído por um verdadeiro Estado Policialesco, que fundamenta sua ação no combate ao inimigo, inimigo este nem sempre declarado. Em ano de copa do mundo no Brasil, a lógica mercadológica do sistema não perdeu a oportunidade de afastar os protestos (obstáculo ao lucro) por meio do recrudescimento penal.

---

<sup>671</sup> Disponível em: [agenciabrasil.abc.com.br/geral/noticia/2014-02/beltrame-pede-que-congresso-aproveite-lei-que-tipifica-pratica-de-desordem](http://agenciabrasil.abc.com.br/geral/noticia/2014-02/beltrame-pede-que-congresso-aproveite-lei-que-tipifica-pratica-de-desordem)

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Era tempo de morrer, concluiu o centauro. Tempo de aceitar sua condição de *hostis*. Ao retomar o conto escrito por José Saramago, o próprio corpo físico duplo da criatura mítica desvela as marcas de um ser cuja imagem causa repulsa. Recoberto de estereótipos, o centauro é o criminoso. Um criminoso demonizado e desumanizado, repleto de cicatrizes e feridas advindas de seu encontro com a sociedade, que lhe observa como estranho e alheio. Esse ser perturbado vive um eterno conflito existencial: a animalidade de seus movimentos cavaleares o faz duvidar de sua genuína humanidade.

Nesse interim, o compromisso firmado entre a governabilidade neoliberal e a mídia salienta o processo de esvaziamento da condição humana. O poder punitivo, essencialmente estatal, é usurpado pelas agências midiáticas, que manipulam implícita e explicitamente os aparatos repressivos, desde a criminalização primária. Tomando como parâmetro a necessidade de entender a parte por meio do complexo de vínculos que ela estabelece com o todo, a necessidade de se buscar a gênese do poder conferido à mídia na contemporaneidade levou ao seguinte questionamento: em que medida as agências midiáticas, por meio do discurso repressivo, estariam comprometidas com a lógica mercadológica neoliberal e exerceriam o poder punitivo que, por essência, é estatal?

À medida que os objetivos específicos foram atingidos, criou-se o substrato necessário para que a questão de pesquisa fosse respondida. Dessa forma, quatro premissas básicas do pensamento neoliberal foram apresentadas, a saber: individualismo (as decisões devem ser balizadas pelo interesse próprio); harmonização (consequência das ações pautadas no interesse próprio); mercado (o lugar no qual as interações ocorrem) e não intervenção (qualquer interferência externa ao mercado é indesejável). Tais características foram reforçadas pelas contribuições foucaultianas e sintetizadas com a perspectiva de deificação do mercado, bem como de sua existência como o lugar de formação daquilo que deve ser tomado como verdade.

Relacionando as características da nova arte de governar com o conceito de indústria cultural, desvelaram-se as importantes contribuições de Theodor Adorno e Max Horkheimer, para quem a indústria cultural cria produtos a serem consumidos de maneira divertida e, ao mesmo tempo, desprovida de qualquer tipo de reflexão crítica. Com a indústria cultural, mais uma vez, o indivíduo se vê diante da possibilidade de abandonar a essência humana e voltar-se para o consumo que o liga a falsas identidades e pseudonecessidades: o



sujeito da indústria é, ao mesmo tempo, seu objeto. Por meio de sua articulação com os meios de comunicação, a indústria cultural passa a ser entendida como indústria penal, onde o crime e sua notícia são produzidos em larga escala.

Uma sociedade do espetáculo, neste sentido, ratifica o caráter mercantil das relações sociais capitalistas, nela a realidade social deixa de ser concebida como *coisa* e passa a ser entendida como *imagem*, criando-se uma consciência imagética nos cidadãos. Logo, a espetacularização da sociedade “reduz a vida humana à aparência”<sup>672</sup>, transformando imagens em mediadores das relações sociais e, paralelamente a isso, provocando uma excessiva valorização da dimensão visual da comunicação. Há um indicativo, portanto, de que a aparência suplantou a própria existência. Sendo assim, o espetáculo representa a ocasião em que tudo o que se enxerga é o mundo da mercadoria, que ocupa soberanamente todos os aspectos da realidade. Quando a economia domina inteiramente o mundo, surge o fenômeno da espetacularização da sociedade.

No contexto da sociedade massificada e espetacularizada, a mídia também parece ter sofrido um longo processo de mutação: sua missão de prestadora de serviços jornalísticos foi corrompida pela criação de verdadeiras “empresas jornalísticas”. Trata-se do surgimento de uma mentalidade que só se coaduna com o intento de atingir melhores resultados econômicos. Sob a égide da razão de Estado neoliberal, a notícia transformada em mercadoria fomenta a violência ilegítima (não exercida pelo Estado) e constitui a gênese do processo de usurpação do exercício do poder punitivo. A conseqüente demonização do criminoso se revela como fruto da tendência histórica de eleição de inimigos a serem destruídos.

A mobilização dos pressupostos teóricos possibilitou a construção da categoria *demonização do acusado*. Tal categoria foi evidenciada a partir de sete aspectos por meio dos quais o exercício do poder punitivo midiático pôde ser nitidamente explorado: a) Seletividade e a prática delitiva (1º passo); b) a criação do monstro (2º passo); c) O criminoso como fruto do meio ou anomalia social (3º passo); d) O direito-dever de confessar o delito (4º passo); e) O direito-dever de se arrepender (5º passo); f) A incitação à (des)ordem pública (6º passo); g) A mídia e a execução da pena (7º passo).

O cenário de seletividade operado pelas agências executivas revela-se intimamente relacionado ao papel das agências de comunicação social, que funciona como empresário moral na sociedade industrial. Por meio da seletividade, não apenas a criação da

---

<sup>672</sup> COELHO, Cláudio Novaes Pinto Coelho & CASTRO, Valdir José de. (orgs.). Op. Cit. p. 18.

norma, mas também a sua aplicação e a execução da pena reforçam a criação da imagem pública do delinquente. Tal processo, por sua vez, materializa algo que antecede até mesmo a criminalização primária e corrobora a estreita relação entre pobreza (não-consumidor) e prisão: a criminalização midiática.

A lógica da seletividade, por sua vez, faz nascer o *centauro* (o monstro). As agências midiáticas costumam, como segunda etapa no processo de demonização, ampliar a carga estigmática advinda do contato com o sistema penal e transformam a imagem do criminoso em algo não humano. Ao retirar o delinquente da categoria de ser humano, cria-se o contexto ideal para a prática de uma violência ilegítima exercida pela intervenção das agências de comunicação social, daí o nome do criminoso ser facilmente associado a expressões pejorativas como “vagabundo”.

Seguindo o processo de demonização, os preceitos da sociedade espetacularizada, na qual as relações sociais passam a ser mediadas por imagens, fomentam a exploração da vida e personalidade do criminoso. Sua vida privada é vasculhada e convertida em objeto de consumo pela mídia. Enquanto a vítima é contemplada sob a ótica maniqueísta exacerbada, personificando tudo o que há de bom, ao delinquente só resta encaixar-se em uma das hipóteses pré-existentes: ou é fruto de um lar desestruturado e, portanto, a prática delitiva é consequência do meio social no qual está inserido, ou, de outra forma, tinha todas as condições de ser um *bom cidadão* e inexplicavelmente pendeu para a seara do crime.

Uma vez capturado pelo processo de seletividade, ao delinquente não resta alternativa senão confessar a prática do crime. A imperiosa obrigação de confissão do delito é, por vezes, saciada por meio de um interrogatório (midiático) realizado pelas agências de comunicação social. Atrelado a este fato, demonstrou-se a aparente necessidade de arrependimento por parte daquele que praticou a infração penal, como forma de reforçar o sistema no qual está inserido. O criminoso demonizado, se não demonstra o mínimo arrependimento, aprofunda ainda mais sua condição de *hostis*, de centauro.

Quando o fluxo punitivo fomentado pelas agências de comunicação social deixa de ser confirmado pelo Estado, o “olho por olho, dente por dente” é apresentado como única alternativa. Nesse interim as práticas de linchamento real e virtual (midiático) são materializadas. A mídia, além de exercer o papel investigativo, assume a promotoria de acusação e, finalmente, julga antecipadamente os eleitos à condição de criminosos. Dessa

forma, é possível vislumbrar o nível máximo de executivização praticado pela mídia, que manipula todas as demais agências integrantes do sistema penal.

Considera-se, portanto, mediante a discussão promovida ao longo da pesquisa, que a lógica mercadológica, advinda do modelo de governamentalidade neoliberal, potencializa o comércio da notícia sobre o crime e utiliza como instrumento a entretenimização. Através desse complexo de relações, as agências midiáticas tem exercido o poder punitivo por meio da eleição do inimigo a ser combatido, desumanizando-o. Em última análise, o caso “cinigrafista da TV Bandeirantes” pode ser tomado, em certa medida, como referência para a comprovação deste entendimento.

É justamente nesse contexto que as agências midiáticas parecem coadunar com a missão neoliberal que avança da “cultura do medo” para a “cultura do extermínio”. Ora, a banalização da violência perpetrada pela mídia faz nascer no imaginário da sociedade a falácia de que “sanção” e “justiça” materializam uma relação semântica de sinonímia. Sem punição não haverá justiça e, se o Estado não toma providências, qualquer um é legitimado a fazer violência com as próprias mãos, nas palavras de Dornelles<sup>673</sup>:

É um processo de ‘coisificação’, de ‘desumanização’ do ‘outro’, que revela o rompimento dos laços de uma sociabilidade baseada na noção de universalidade, de razão e de individualidade. Portanto, rompendo com os paradigmas centrais da modernidade e de uma concepção emancipadora da razão moderna. E aqui voltamos ao tema da ‘banalização da violência’ como metáfora contemporânea do conceito de Hannah Arendt de ‘banalização do mal’.

Diante disso, cumpre-se salientar uma primeira conclusão: o adjetivo “criminoso” não pode ser atribuído a qualquer indivíduo. A criminalização ocorre, dessa forma, por meio de um duplo processo: com a eleição de um comportamento dito “conforme a lei” e outro considerado “desviante”. Tal eleição decorre da própria definição legal do crime e perpassa o etiquetamento dos que poderão figurar como autores dos delitos definidos em lei. Ocorre que, em meio a essa *onda de criminalização*, sob a égide do agigantamento do sistema penal, advindo do neoliberalismo e das agências midiáticas, a tarefa de encontrar estatísticas reais a respeito da criminalidade se tornou impossível.

Outra questão a ser destacada refere-se ao fato de que a admissão de um sistema mais repressivo não implica na redução das taxas de criminalidade. Nem mesmo os países que

---

<sup>673</sup> DORNELLES, João Ricardo. Op. Cit. p.133.

adotam a pena de morte conseguem auferir significativa redução na taxa de criminalidade. Ao contrário, países que deixaram de adotar a pena capital conseguiram reduzir tais índices<sup>674</sup>. Dessa forma, também é possível concluir que a “violência simbólica” exercida pela mídia, além de agravar a situação já existente, contribui significativamente para o processo de eleição dos inimigos (não consumidores), rotulados como criminosos natos e dissimulados, incapazes de demonstrar qualquer sinal de arrependimento. Tais criminosos fazem parte de grupos considerados “não humanos”, socialmente repudiáveis e indignos que, em regra, igualmente serão selecionados pelo sistema punitivo estatal.

O certo é que o discurso de “Lei e Ordem” e tolerância zero, muito embora ideologicamente bem articulado, não coaduna com os princípios do Estado Democrático de Direito. Assim, o Direito Penal passa a ter nítido papel de manutenção do sistema. A legitimação do uso da coerção afasta, cada vez mais, o Estado Social, que passa a ser substituído por um verdadeiro Estado Policialesco, que fundamenta sua ação no combate ao inimigo, inimigo este nem sempre declarado.

Diante de todo o exposto, insta-se salientar, por derradeiro, mais um tentáculo do modelo policialesco neoliberal, que recebe especial divulgação por meio da mídia e que, muito embora não tenha sido abordado pela presente pesquisa, pode suscitar novos questionamentos e futuras pesquisas. De acordo com Batista<sup>675</sup>, a razão de estado neoliberal transforma a pena em uma espécie de “recurso epistemológico”, no sentido de ser o caminho por meio do qual a nova governamentalidade atinge os objetivos do mercado. Assim, a pena deixa de atender aos critérios de justiça e passa a mudar de sentido e função.

---

<sup>674</sup> O Texas é o Estado norte-americano que mais executou desde 1976, e, justamente lá, o índice de assassinatos aumentou de 12,9 para 13,2 quando, em verdade, deveria ter decrescido. Em 1980 esses números chegaram a ultrapassar os índices, atingindo 16,9. No Canadá, a taxa de homicídios por 100 mil habitantes diminuiu de 3,09 em 1975, ano em que ainda se infligia a pena capital, para 2,41 em 1980, um ano após a sua extinção. Passados 17 anos após essa extinção, o índice tornou-se ainda menor: 27% menos que em 1975, atingindo a cifra de 2,19. (12) A Antiga República Federal Alemã, onde os rigores do comunismo predominaram durante décadas, serve, outrossim, como exemplo da ineficácia da pena absoluta. As taxas mensais de crime naquele Estado, durante e depois da cominação da pena capital assim o demonstram: na Baviera, a taxa mensal durante a sua cominação era de 16,40, com a sua extinção, reduziu-se para 9,41; na Baixa saxônia decresceu de 17,10 para 8,16; em Hesse de 4,12 para 1,79; em Hamburgo de 2,37 para 1,41; em Berlim Ocidental de 2,25 para 2,05; em Bremen de 0,63 para 0,25; e, por último, em Baden de 1,13 para 0,58. Assim sendo, os sectários da extinção da pena capital alegam que, se a sua simples aplicação intimidasse, os números da violência não seriam demasiado alarmantes. Disponível em: <<[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=264](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=264)>>. Acesso em: 10 de julho de 2012.

<sup>675</sup> BATISTA, Nilo. Mídia e Sistema Penal no Capitalismo Tardio. In: Discursos Sediciosos, Rio de Janeiro, n. 12, p. 271-288, 2002.

A pena, no modelo neoliberal, como um instrumento de política criminal, se volta ao *homo economicus* e persegue muito mais a neutralização daquele que oferece perigo, do que a ressocialização ou reinserção do criminoso à sociedade. O crime deixa de ser considerado mera transgressão à lei e passa a ser visto como uma espécie de vantagem auferida pelo réu em detrimento da vítima ou da própria comunidade. Assim, a ideia de restituição passa a ser analisada a partir da lógica econômica, o que facilmente é reproduzido e operado pela mídia, que tudo transforma em crime, de tudo exige punição e apela para a antecipação de ações que busquem neutralizar e exterminar o perigo de novos delitos. Seria a pulseira eletrônica parte dessa nova lógica? É uma questão a ser pesquisada.

O fato é que as consequências nefastas do exercício do poder punitivo sob a ação das agências midiáticas perpassam de maneira incontestada a maximização do Direito Penal e a mitigação das garantias constitucionalmente asseguradas. O mundo transformado pelo mercado persegue o centauro. Já não lhe sobra terra para viver em segurança. Diante do desespero de ser capturado e sentindo-se encurralado, o personagem central da história de Saramago (o centauro) cai do alto de um penhasco sobre uma rocha pontiaguda, que fatalmente lhe fere ao meio e separa o homem do cavalo.

Nesse momento o sangue escorre seu corpo: metade homem e metade centauro, escolhido para perseguição de homens e deuses. Tal como o ser mítico da literatura saramaguiana, o criminoso é um ser fugitivo e noturno: eivado de um estigma social, passa a ser visto como um monstro a ser repellido. A suave relação entre o centauro e o criminoso ratifica sua posição de *não consumidor* e, ao mesmo tempo, de *ser (ou não ser) inútil* exposto pelas agências midiáticas e escolhido para o divertimento dos demais membros exemplares da sociedade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Contexto, 2006.

BATISTA, Nilo. *Mídia e Sistema Penal no Capitalismo Tardio*. In: *Discursos Sediciosos*, Rio de Janeiro, n. 12, p. 271-288, 2002.

BATISTA, Vera Malaguti. *Outro argumento sobre crimes hediondos. Escritos em homenagem a Alberto Silva Franco*. São Paulo: RT, 2003, p. 105.

BRÜCKNER, Peter. *Bildung, "Sozialstaat und Intelligenz"*. Hannover: Universidade Tecnológica de Hannover, maio 1972. Projeto de Pesquisa.

BONJARDIM, Estela Cristina. *O acusado, sua imagem e a mídia*. São Paulo: Max Limonad, 2002.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Trad. Maria Lucia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

\_\_\_\_\_, Pierre. *O poder simbólico*. Fernando Tomaz (trad.) 12ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

BOLDT, Raphael. *Criminologia Midiática: do discurso punitivo à corrosão simbólica do garantismo*. Curitiba: Juruá, 2013.

CARNELUTTI, Francesco. *As misérias do processo penal*. 2ª ed. São Paulo: Minelli, 2006.

CARCANHOLO, Marcelo Dias. *Neoliberalismo e o Consenso de Washington: a verdadeira concepção de desenvolvimento do governo FHC*. In: MALAGUTI, Manoel L; CARCANHOLO, REINALDO A. & CARCANHOLO, Marcelo D. (org.). *Neoliberalismo: a tragédia do nosso tempo*. São Paulo: Cortez, 2000.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto Coelho & CASTRO, Valdir José de. (orgs.). *Comunicação e Sociedade do Espetáculo*. São Paulo: Paulus, 2006.

CHAUÍ, Marilena. *Simulacro e Poder: uma análise da mídia*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

COUTINHO, Jacinto Nelson de Miranda. *Atualizando o discurso sobre Direito e Neoliberalismo no Brasil*. *Revista de Estudos Criminais*. Porto Alegre: Notadez, n. 04.

COIMBRA, Cecília. *Operação Rio: o mito das classes perigosas: um estudo sobre a violência urbana, a mídia impressa e os discursos de segurança pública*. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 2001.

CAMUS, Albert. *O estrangeiro*. Trad. Antônio Quadros. São Paulo: Abril Cultural, 1972.

DURAS, Marguerite. *Outside*. Trad. Maria Filomena Duarte. São Paulo: DIFEL, 1983.

DUARTE, Rodrigo. *Teoria Crítica da Indústria Cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

DORNELLES, João Ricardo. *Ofensiva neoliberal, globalização da violência e controle social*. In: *Discursos Sediciosos*, Rio de Janeiro, n. 12, p. 119-137, 2002.

FOUCAULT, Michael. *Nascimento da Biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979)*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

\_\_\_\_\_, Michel. *Segurança, Território, População*. Curso dado no Collège de France (1977 - 1978). São Paulo: Martins Fontes, 2008.

GARAPON, Antoine. *La Raison du moindre État. Le néolibéralisme et la justice*, Paris, Odile Jacob, 2010.

GOMES, Marcus Alan de Melo. *O negro pobre, o repórter e a mídia*. Boletim IBCCRIM, nº 200. Julho/2009.

IANNI, Octávio. *Teorias da Globalização*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1996.

IBGE, Diretoria de Pesquisas, Cordenação de Trabalho e Rendimento. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2009/2011*. Disponível em: [brasilensintese.ibge.gov.br/habitacao/bens-duraveis/](http://brasilensintese.ibge.gov.br/habitacao/bens-duraveis/). Acesso em: 28.02.2014.

KANT, Immanuel. *Crítica da Razão Pura*. SANTOS, Manuela Pinto dos; MORUJÃO, Alexandre Fradique (trad.). Fundação Calouste Gulbenkian: Lisboa, 2001.

\_\_\_\_\_, Immanuel. *Crítica da faculdade do juízo*. ROHDEN, Valério; MARQUES, Antonio (trad.). Forense Universitária: 2ª Edição.

KEHL, Maria Rita. *O espetáculo como meio de subjetivação*. In: *Videologias*. BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita (org.) São Paulo: Boitempo, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro (org.). *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.

\_\_\_\_\_, Ciro. *Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões*. São Paulo: Paulus, 2009.

\_\_\_\_\_, Ciro. *Ser Jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria*. São Paulo: Paulus, 2009.

MELLO, Carla Gomes. *Mídia e Crime: liberdade de informação jornalística e presunção de inocência*. *Revista de Direito Público*, Londrina, v.5, n.2, p. 106-122, agos. 2010.

MAROCCO, Beatriz. *Foucault, mídia e entrevista*. Publicação da Seção Sindical dos Docentes da UFSM: NOVEMBRO/2006. ANDES.

MARQUES NETO, Agostinho Ramalho. O estrangeiro: a justiça absurda. In: Direito e Psicanálise. Intercensões a partir de Albert Camus. Lumen Juris: Rio de Janeiro, 2006.

MORETZSOHN, Sylvia. O caso Tim Lopes: o mito da “mídia cidadã”. In: Discursos Sediciosos, Rio de Janeiro, n. 12, 2002.

MENDONÇA, Kleber. A punição pela audiência – um estudo do Linha Direta. Rio de Janeiro: Quartet/Faperj, 2002.

MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald, The Agenda-Setting Function of the Mass Media. Public Opinion Quarterly, vol. 36, 176-87, 1972.

NEGT & KLUGE, Alexander. Öffentlichkeit und Erfahrung; zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. Frankfurt: Suhrkamp, 1976.

*O Globo* (p.5) e *Jornal do Brasil* (p.8), em 25.03.1997. Disponível em: <http://www.biblioteca.presidencia.gov.br/ex-presidentes/fernando-henrique-cardoso/discursos-1/1o-mandato/1997-1o-semester/24-de-marco-de-1997-discurso-na-cerimonia-de-posse-do-conselho-consultivo-do-programa-comunidade-solidaria>. Acesso em 25.07.2013.

PATIAS, Jaime Carlos. O ESPETÁCULO NO TELEJORNAL SENSACIONALISTA. In: Comunicação e Sociedade do Espetáculo. COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José de. (orgs.) São Paulo: Paulus, 2006.

PROKOP, Dieter. Faszination und Langeweile: die populären Medien. Stuttgart, 1979. Parcialmente publicado no Brasil em: MARCONDES FILHO, Ciro (org.). Dieter Prokop. São Paulo: Ática, 1986 (Col. Grandes Cientistas Sociais).

RIBEIRO, Alex. Caso Escola Base – os abusos da imprensa. São Paulo: Ática, 1995.

ROSA, Alexandre Morais da e SILVEIRA FILHO, Sylvio Lourenço. Para um processo penal democrático: crítica à metástase do sistema de controle social. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

\_\_\_\_\_, Alexandre Morais da. Decisão Penal: a bricolagem de significantes. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

ROUNDS, Daniel. Neoliberalism in Latin America. A critique in the framework of Karl Polanyi. In: The international Relations Journal, winter 1995. San Francisco State University, 1995, (<http://psirus.sfsu.edu/IntRel/IRJournal/wi95/w95neoliberalism.html>).

SARAMAGO, José. Objecto Quase. Rio de Janeiro, Companhia das Letras, 1998.

SANTOS, Juarez Cirino. Criminologia crítica e a reforma da legislação penal. Disponível na internet: [//http://www.cirino.com.br/artigos/jcs/criminologia-critica-reforma-legis-penal.pdf](http://www.cirino.com.br/artigos/jcs/criminologia-critica-reforma-legis-penal.pdf). Acesso em: 07 de janeiro de 2014.

SÁNCHEZ, Jesus Maria Silva. A expansão do direito penal: aspectos da política criminal nas sociedades pós-industriais. São Paulo: RT, 2002.



SODRÉ, Nelson Werneck. A farsa do neoliberalismo. Rio de Janeiro: Graphia, 1996.

SODRÉ, Muniz. Sociedade, Mídia e Violência. Porto Alegre: Sulina: Edipucrs 2002. 2ª Ed.(2006). Coleção Comunicação.

\_\_\_\_\_, Muniz. Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos. Rio de Janeiro: Vozes, 2001.

SOUZA, Erisvaldo. A Renovação da Teoria da Indústria Cultural em Prokop. In: Indústria Cultural e Cultura Mercantil. MARQUES, Edmilson; SOUZA, Erisvaldo; SANTOS, Jean I. dos; VIANA, Nildo (org.) Rio de Janeiro: Corifeu, 2007.

TOQUEVILLE, A de. *De la Démocratie en Amérique*. Vol. II. Paris, 1864.

ZAFFARONI, Eugenio Raul; BATISTA, Nilo; et al. Direito Penal Brasileiro. Vol. 1: Teoria Geral do Direito Penal. Rio de Janeiro: Revan.

\_\_\_\_\_, E. Raúl. O inimigo no Direito Penal. LAMARÃO, Sérgio (trad.) Rio de Janeiro: Revan.

\_\_\_\_\_, Eugenio Raul; ALAGIA, Alejandro; SLOKAR, Alejandro. Derecho Penal: Parte General. 2ª ed. Buenos Aires: EDIAR, 2000.

\_\_\_\_\_, Eugenio Raúl. Em busca das penas perdidas: a perda da legitimidade do sistema penal. Rio de Janeiro: Revan, 2011.