

DISCURSO E MÍDIA: A VEICULAÇÃO DO CONCEITO DE CRIME
THE CONCEPT OF CRIME IN MEDIA DISCOURSE

Autores:

Anderson da Silva Lopes e Eduardo Melo Sant'Ana

Graduandos do Curso de Direito, do Centro Universitário São José.

Orientador:

Bianca Freire Ferreira

Prof. Ma. em Sociologia Política

RESUMO

Os conceitos acerca do que é considerado crime e de quem é considerado criminoso em nossa sociedade são, em grande parte, baseados em construções que foram engendradas ao longo da nossa história. No Brasil, assim como em outras sociedades, a construção social do crime e da criminalidade é desproporcionalmente atribuída aos comportamentos daqueles indivíduos com identidades raciais, de gênero, de orientação sexual e de classes sociais marginalizadas. O discurso veiculado pela mídia tem transformado os processos de comunicação e suscitado novas formas de interação (Thompson, 2004). Tais processos produzem efeitos de percepção, desempenhando um papel crucial na legitimação da construção das identidades sociais. Nesse sentido, parece que o ato de legitimação mais proeminente é construir, justificar e institucionalizar discursivamente certos fatos, valores e ordens institucionais (Fairclough, 2003), no qual o discurso midiático tem uma força exponencial. Com base no exposto, este ensaio busca levantar algumas reflexões acerca das fontes e instâncias de injustiça sistêmica, fazendo conexões entre a construção social do crime e da criminalidade e a criminalização da identidade por meio do discurso veiculado pela mídia.

Palavras-chave: Discurso midiático. Identidades sociais. Crime.

ABSTRACT

The concepts about what is considered crime and who is considered a criminal in our society are, to a large extent, based on constructions that were engendered throughout our history. In Brazil, as in other societies, the social construction of crime and criminality is disproportionately attributed to the behavior of individuals with racial, gender, sexual

orientation, and marginalized social class identities. The discourse conveyed by the media has transformed communication processes and given rise to new forms of interaction (Thompson, 2004). Such processes produce perception effects, playing a crucial role in legitimizing the construction of social identities. In this sense, it seems that the most prominent act of legitimation is to discursively construct, justify and institutionalize certain facts, values, and institutional orders (Fairclough, 2003), in which media discourse has an exponential force. Based on the above, this essay seeks to raise some reflections on the sources and instances of systemic injustice, making connections between the social construction of crime and criminality and the criminalization of identity through the discourse conveyed by the media.

Keywords: Media Discourse. Social Identities. Crime.

INTRODUÇÃO:

Vivemos tempos em que a vida tradicional, ou seja, muitos valores, éticas, ideologias e percepções da vida social entendidos como verdades naturalizadas, estão sendo profundamente questionados. (MOITA LOPES, 2003, p. 16).

As sociedades contemporâneas estão inseridas em um contexto no qual o discurso veiculado pelos meios de comunicação desempenha um papel crucial na construção dos significados negociados (THOMPSON, 2004). Vivemos em uma era marcada por altos índices de criminalidade, de modo que os conceitos acerca do que é considerado crime e de quem é considerado criminoso em nossa sociedade possuem bases nas construções engendradas historicamente. No Brasil, assim como em outras sociedades, o conceito de crime e de criminalidade tem atribuições diretamente relacionadas aos comportamentos dos indivíduos. E as identidades raciais, de gênero, de orientação sexual e de classes sociais, por exemplo, desses indivíduos irão influenciar a forma como tal conceito é visto e compreendido.

Assim, o resultado de tais construções é a relação percebida entre crime e pessoas, especialmente quando esses conceitos estão relacionados a indivíduos e/ou grupos sociais que estão à margem das “regras” brancas, masculinas, cisgêneros, heterossexuais e de alto poder aquisitivo. Tal relação contribui para a criação de estereótipos relacionados às identidades não inseridas nesses grupos sociais.

Nesse sentido, o discurso veiculado pelos meios de comunicação possui uma especial e fundamental importância no processo de legitimação dessas identidades,

reforçando aquelas percebidas como “padrão”, e separando-as das chamadas marginalizadas. Parece, portanto, que o ato de legitimação mais proeminente é construir, justificar e institucionalizar discursivamente certos fatos, valores e ordens institucionais (FAIRCLOUGH, 2003), no qual o discurso midiático, como veremos, tem uma força excepcional.

Como base no exposto, este ensaio tem como objetivo refletir sobre as fontes e instâncias de injustiça sistêmica, buscando entender, por meio da observação do discurso da mídia, as conexões explícitas entre a construção social do crime e da criminalidade, e a criminalização da identidade.

A VISÃO SÓCIO-CONSTRUCIONISTA DO DISCURSO: O DISCURSO MIDIÁTICO

É impossível pensar o discurso sem focalizar os sujeitos envolvidos em um contexto de produção: todo discurso provém de alguém que tem suas marcas identitárias específicas que o localizam na vida social e que o posicionam no discurso de um modo singular assim como seus interlocutores. (MOITA LOPES, 2003, p. 19).

A noção de discurso aqui defendida é aquela ancorada em uma visão sócio-construcionista, que vislumbra o que fazemos com nossas vidas e com as dos outros quando utilizamos a linguagem. Isso implica dizer que o discurso tem efeitos sociais, ou seja, é uma forma de ação no mundo social. Assim, ao fazermos uso da linguagem por meio do discurso, a presença de um interlocutor possui grande relevância no processo comunicativo. A importância da alteridade na construção de quem somos e dos significados que nos cercam foi muito discutida na obra do filósofo e pensador russo Mikhail Bakhtin, que compreende o discurso como uma construção dialógica, de modo que é o engajamento discursivo com o outro que irá dar forma ao que dizemos, ao que somos, e a como construímos o mundo a nossa volta. A esse respeito, Faraco (2009, p. 57) aponta que o Círculo de Bakhtin¹

¹ O Círculo de Bakhtin é um grupo de intelectuais de diversas formações e atuações profissionais, que se reuniu regularmente entre os anos de 1919 e 1929, em São Petersburgo, na Rússia, em torno de dois grandes projetos intelectuais: o de construir uma reflexão filosófica e o de contribuir para a construção de uma teoria da criação ideológica.

vê as vozes sociais como estando numa intrincada cadeia de responsividade: os enunciados, ao mesmo tempo em que respondem ao já-dito [...], provocam continuamente as mais diversas respostas [...] O universo da cultura é intrinsecamente responsivo, ele se move como se fosse um grande diálogo.

Isso implica dizer que nunca emitimos enunciados sozinhos; nossos enunciados e nossas percepções de mundo são construídas com base no diálogo com o outro. Assim, de acordo com essa visão dialógica do discurso, não existe enunciado que não seja resposta a outro.

Outra característica importante desse viés discursivo é a visão de que a interação sempre traz um aspecto avaliativo ou um julgamento acerca do que está sendo dito, de modo que, ao interagirmos, estamos o tempo todo fazendo escolhas que deixam transparecer nossos posicionamentos em relação ao assunto discutido. Assim, “a significação dos enunciados tem sempre uma dimensão avaliativa; expressa sempre um posicionamento social valorativo” (FARACO, 2009, p. 46).

Os rápidos avanços tecnológicos, que favorecem a circulação das informações em tempo quase imediato, trazendo novos significados e valores para a sociedade, têm colocado o sujeito social frente a uma profusão de modos de ser e de pensar que, antes, não nos eram disponibilizados. Nesse sentido, perdemos nosso referencial e nos deparamos com diversos sentimentos, que podem levar a uma sensação de impotência e insegurança social.

O sociólogo John Brookshire Thompson aponta que, para se compreender as características institucionais das sociedades modernas e as condições de vida que elas criam, é necessário analisar o impacto e o desenvolvimento dos meios de comunicação nesses contextos. O autor ressalta, ainda, que “o uso dos meios de comunicação transforma a organização espacial e temporal da vida social, criando novas formas de ação e interação, e novas maneiras de exercer o poder.” (THOMPSON, 2004, p. 14). Assim, como uma das fontes geradoras da multiplicidade de experiências que podem ser vividas, a rápida circulação da informação por meio dos canais da mídia intensificaram os modos de ser e de viver a vida contemporânea. Torna-se importante, então, perceber o discurso da mídia como uma vertente de letramento que tem um papel

central na vida social dos indivíduos, uma vez que está cada vez mais presente no processo de construção de nossas visões de mundo.

Convém ressaltar, no entanto, que a mídia, além de dar acesso à informação, aproveita de suas prerrogativas para formar a opinião pública e, portanto, alterar panoramas sociais. Antes de o discurso midiático ter alcançado a importância que tem atualmente, a maior parte da compreensão de mundo que os indivíduos tinham eram transmitidos de geração em geração por meio do discurso oral e limitados pelos padrões da interação face-a-face. Os discursos midiáticos podem, então, disponibilizar novas formas de ser e de agir no mundo social; eles têm a capacidade de “intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar ações dos outros e produzir eventos por meio da produção e da transmissão de formas simbólicas” (THOMPSON, 2004, p. 24).

Além disso, o discurso midiático possui, também, como característica a capacidade de transformar objetos, ideias e experiências em mercadorias. O sociólogo Luis Carlos Fridman afirma que a influência da mídia ajudou a expandir (e deu nova cara) ao capitalismo, criando a chamada “sociedade da imagem”. Desse modo, o predomínio das imagens trazidas por esse discurso influencia os modos de pensar, sentir, desejar, consumir e agir dos indivíduos. O autor destaca, também, que

a propaganda e a mídia são fundamentais na criação das novas necessidades, com ênfase nos aspectos simbólicos que promovem a “estetização” da economia. Esse processo se efetiva através da multiplicação de linguagens do mundo da mídia em uma cultura de imagens que sobrepassa a cultura literária observada nos momentos do capitalismo industrial clássico. (FRIDMAN, 2000, p. 30)

Vemos, portanto, que esse discurso veiculado pelos meios de comunicação de massa suplantaram a cultura literária anteriormente predominante, de modo que as informações sobre os acontecimentos do cotidiano são, fundamentalmente, veiculadas pelos discursos midiáticos, cujas narrativas produzem uma realidade à parte, criando “um mundo de *simulacros* que dispensa a experiência vivida” (FRIDMAN, 2000, pp. 16-17).

Com base nas características acima apresentadas, a centralidade que o discurso midiático possui na vida das pessoas na contemporaneidade, além da possibilidade de acesso a inúmeras experiências que esse tipo de discurso nos oferece, pode promover

a problematização de algumas crenças sedimentadas, crenças essas que podem (ou não) ser negociadas e desestabilizadas.

Nesse sentido, onde antes existia um senso de comunidade e pertencimento resultante, principalmente, de uma cultura que pré-estabelecia identidades por meio de tradições locais, hoje existe um vasto mundo virtual de valores, significados e interpretações compartilhados, que vem abalando esse senso de comunidade e de pertencimento. Em suma, a mídia não é apenas inseparável da vida social contemporânea; ela é, para muitos, sua característica definidora. Assim, compreender as conexões entre o crime e a mídia é fundamental para entender o lugar cultural que esses conceitos ocupam em nossa sociedade.

CRIME, MÍDIA E CLASSE SOCIAL

Como o objetivo do presente ensaio é observar as conexões existentes entre a construção social do crime e da criminalidade, e a criminalização da identidade por meio do discurso veiculado pela mídia, cabe apresentarmos um breve panorama acerca da visão de crime presente em nossa sociedade, bem como a forma como esse assunto é veiculado pela mídia.

Embora se possa sugerir o contrário, a maioria das pessoas tem pouca (ou nenhuma) experiência acerca da dinâmica criminal; sua compreensão do problema – quanto crime existe, quais tipos de crime são mais prevalentes, quem está em maior risco, o que motivou tal ato etc. – deriva principalmente de outras fontes que não a experiência pessoal. A principal delas é a mídia. O discurso midiático, portanto, é o principal produtor e fornecedor de “conhecimento” que a maioria da população tem sobre crime, desordem e controle. Tomando apenas esse motivo, vemos que as representações midiáticas são dignas de investigação aprofundada. Contudo, é importante ressaltar que nem todos usamos, interpretamos e respondemos às representações da mídia de modo igual. Imagens de crimes violentos, por exemplo, podem repelir alguns e atrair outros, perturbar alguns e aguçar a curiosidade de outros, assustar alguns e enfurecer outros. Os leitores são encorajados a olhar além do desejo

instintivo de enfrentar dilemas complexos com explicações e generalizações simplificadas. A conexão entre as imagens trazidas pela mídia, como vimos anteriormente, e o mundo ao nosso redor é complexa e de difícil definição, o que a torna tão fascinante para nós.

A criminalidade está presente em todos os contextos, de modo que os crimes podem ser cometidos por pessoas de todos os gêneros, raças, classes sociais, dentre outros traços identitários. Contudo, vemos prisões abarrotadas de indivíduos com atributos sociais semelhantes (homens, negros e pertencentes às classes sociais mais subalternas), levando-nos a questionar os motivos que contribuem para que nosso sistema penal persiga um determinado padrão de criminoso. Segundo a pesquisadora e pós-doutora em criminologia Vera Regina Pereira de Andrade (2015, p. 265), “é muito mais difícil localizar, desvendar e punir um crime cometido por uma pessoa ou grupo de pessoas de amplo prestígio social”. A autora destaca, ainda, que “a clientela do sistema penal é constituída de pobres, não porque tenham uma maior tendência para delinquir, mas precisamente porque tem maiores chances de serem criminalizados e etiquetados como criminosos” (ANDRADE, 2016, p. 32).

A criminologia da reação social, portanto, tem um papel fundamental ao revelar a lógica da seletividade como lógica estrutural de operacionalização do sistema penal. Em geral, as pessoas com nível social mais baixo carregam um fardo maior de vitimização do crime do que as pessoas com nível social mais alto, especialmente quando se trata de crimes envolvendo força e ameaças físicas.

Entre os séculos XVIII e XIX, onde o princípio da legalidade foi contemporaneamente desenvolvido, percebeu-se que a execução das normas estava distante de oferecer à sociedade, de modo geral, a resolução das lides de modo imparcial. E isso reflete até os dias de hoje, pois vemos que as punições judiciais não dão resultado, quando o próprio órgão judiciário não pune quem é protegido, quem tem acolhimento de alguns intocáveis grupos que detêm o poder. Desse modo, o contexto no qual o direito penal brasileiro está inserido na sociedade moderna merece total atenção. Ainda que hoje seja claro que não existem diferenças biológicas ou culturais que justifiquem um tratamento desigual entre humanos, a ideia de raças e classes é um fator político

determinante para se naturalizar dessemelhanças e justificar prisões diárias da classe social mais pobre.

Retomando a centralidade do papel da mídia, como abordado anteriormente, as notícias sobre crimes não são simplesmente arrancadas do nada, nem existem em um vácuo; são o resultado de um complexo processo de seleção, processamento e priorização, e são moldadas por diversos fatores, como as interações entre jornalistas, editores, suas condições de trabalho, o contexto social e, principalmente, as fontes de notícias². Assim, em uma sociedade separada em classes como a nossa, aquelas consideradas dominantes, que possuem o poder econômico, acabam influenciando o meio político e as leis, beneficiando seus interesses, protegendo as ações de seus integrantes, e direcionando o procedimento de criminalização para as condutas características das classes sociais marginalizadas. Igual dinâmica é exercida em relação à raça, gênero, idade etc. E vimos que, nesse processo, o discurso veiculado pela mídia possui um papel central e determinante.

Acerca desse assunto, a Promotora de Justiça Ana Lúcia Menezes Vieira (2003, pp. 52-53) afirma que:

a linguagem sensacionalista, caracterizada por ausência de moderação, busca chocar o público, causar impacto, exigindo seu envolvimento emocional. Assim, a imprensa e o meio televisivo de comunicação constroem um modelo informativo que torna difusos os limites do real e do imaginário. Nada do que se vê (imagem televisiva), do que se ouve (rádio) e do que se lê (imprensa jornalística) é indiferente ao consumidor da notícia sensacionalista. As emoções fortes criadas pela imagem são sentidas pelo telespectador. O sujeito não fica do lado de fora da notícia, mas a integra. A mensagem cativa o receptor, levando-o a uma fuga do cotidiano, ainda que de forma passageira. Esse mundo-imaginação é envolvente e o leitor ou telespectador se tornam inertes, incapazes de criar uma barreira contra os sentimentos, incapazes de discernir o que é real do que é sensacional.

A construção desse modelo informativo, que gera a incapacidade de discernimento de quem recebe as mensagens veiculadas, fomenta o poder da mídia, uma vez que ela conhece as fraquezas de seus receptores, já que eles não sabem filtrar, de uma maneira racional, as informações transmitidas. Nesse sentido, a intervenção e a manipulação da

² As fontes de notícias são aqueles indivíduos, organizações e instituições que fornecem as informações nas quais os jornalistas frequentemente baseiam suas histórias.

mídia no âmbito social é algo que possui tanta força, que acaba criando uma intensa repercussão social, e deixando a população comovida da forma que intencionar, de modo a conduzi-la desde um sentimento de tristeza por um acontecimento isolado até despertar um sentimento de fúria, que leva o indivíduo a querer fazer justiça com as próprias mãos ou a pressionar o Poder Judiciário a agir de acordo com o sentimento experimentado.

Essa dinâmica traz uma problemática um tanto perigosa para o contexto. Ocorre que o apelo emocional somado às reportagens veiculadas carrega não só o risco, como também uma clara intenção de deturpação dos fatos expostos. Essa conjuntura é bastante temerária quando se trata de incidentes que serão submetidos ao crivo do Judiciário Criminal, pois tem o condão de instalar uma série de conflitos entre valores jurídicos. Assim, a cobertura reiterada de crimes, com ênfase no suposto agente delitivo (e em suas características socioculturais), colocando o suspeito como bandido ou “inimigo do Estado”, conforme veiculado pelos meios de comunicação de massa, tem o poder de corroborar uma visão deturpada que associa crimes e a figura do criminoso a identidades marginalizadas.

Ante o exposto, fica fácil perceber a forte ligação entre a mídia e a repercussão social, tendo em vista que a mídia é a grande responsável pela repercussão, causando grandes transtornos para o meio jurídico. Uma população revoltada e alienada torna-se um grande exército para levar a erros e pressões desnecessárias nas sentenças penais.

CRIME COMO NOTÍCIA

Diversas pesquisas recentemente desenvolvidas não deixam dúvidas de que as representações do crime na mídia, seja para fins de notícias ou de entretenimento, ou ambos, exageram e acentuam as inseguranças e os medos públicos sobre o crime e geram um apoio cada vez maior para políticas repressivas e punitivas de controle criminal. Contribuem, também, para a criação de estereótipos acerca dos envolvidos em tais delitos. O fato de essas representações nos serem apresentadas meramente como “notícias” (alguma representação imparcial de informações) ou “entretenimento” (uma coleção inofensiva de imagens para diversão) torna-as ainda mais eficazes para

direcionar o pensamento e a política social. A confluência desses produtos institucionalizados faz com que suas afirmações sobre a realidade sejam ainda mais convincentes. E, como vimos, essas representações mediadas estão ligadas à nossa própria concepção de criminalidade e à resposta apropriada a essa concepção.

Existem dois fatos indiscutíveis relacionados à representação do crime pela mídia de massa, tanto em formatos de notícias quanto de entretenimento. Primeiro, o crime vende, pois atrai telespectadores e leitores, publicidade e assinaturas de jornais e revistas. Em segundo lugar, o conhecimento produzido pelos meios de comunicação da mídia praticamente não tem relação com a realidade do crime em si ou com o funcionamento do sistema de justiça criminal.

A cobertura de crimes em jornais e em notícias locais mostra um foco predominante em criminosos e suspeitos de minorias étnicas e de grupos socioeconômicos mais baixos (Beckett e Sasson, 2003). Os crimes veiculados pela mídia têm uma ênfase ainda maior em histórias com suspeitos jovens, de classes subalternas e pertencentes a minorias étnicas. Essa mesma cobertura exagera dramaticamente os riscos de crimes enfrentados por pessoas brancas economicamente privilegiadas, bem como sobre a representação de mulheres, crianças ou idosos como vítimas.

A exposição por parte da mídia sobre crimes no Brasil, assim como em outras sociedades, fomentou significativamente a sensação de medo entre os sujeitos. A percepção do público acerca do assunto está diretamente relacionada à imagem que a mídia faz sobre o crime, o que nos remete ao conceito de “sociedade da imagem” discutido por Fridman (2000), conforme vimos anteriormente. Além disso, essa mesma percepção do público sobre um problema grave de criminalidade está diretamente relacionada à quantidade de discursos, declarações, iniciativas políticas ou resumos relativos a determinado crime, que é divulgado pelos meios de comunicação.

Como a maioria das reportagens diz respeito a incidentes isolados, apresentados sem contexto, praticamente não há reportagens na mídia sobre os padrões do crime ou as possíveis causas do crime. O foco parece sempre estar no ato em si, criando um certo clima sensacionalista. Um exemplo dessa reportagem “fora de contexto” pode ser encontrado em histórias que tratam de estupro e agressão sexual. Eventos dramáticos, foco em personalidades e demonização do criminoso, da vítima, ou de ambos, são formas

de “blindar” o consumidor da notícia, que acaba não levando em consideração as relações de poder, de gênero e de classe social reproduzidas na sociedade e que permeiam o ato em si (Greer, 2012).

A conclusão é simples: o medo do crime e muito de seu apoio a políticas acerca de crimes punitivos entre os cidadãos brasileiros é, em grande parte, resultado de um espetáculo do crime, um carnaval do crime, desfilado diante deles pela mídia de massa. Em essência, as representações do crime na mídia são separadas de sua realidade. É claro que a exceção a tudo isso está no tratamento que a mídia dá a histórias relacionadas a crimes corporativos ou aos chamados crimes de colarinho branco. Os crimes dos poderosos raramente são mencionados, e a pouca cobertura que existe é em impressos especializados, geralmente tratando de questões financeiras.

Mesmo quando essas histórias são relatadas, elas são tratadas de uma maneira que faz com que esses crimes pareçam diferentes de outros crimes. Fora dos meios financeiros e de mídia especializados, crimes corporativos e de colarinho branco raramente são mencionados, a menos que haja um escândalo pessoal lascivo acompanhando a história real.

Desse modo, a mídia desempenha um papel fundamental na criação de uma definição social estreita acerca do crime. Para ela, o crime é simplesmente uma doença patológica de indivíduos mal socializados. Vemos, portanto, que o discurso midiático, de fato, gerencia e controla informações que levam os indivíduos a terem percepções limitadas e, na maioria das vezes, direcionadas a determinado modo de concepção da realidade que nos cerca.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A tendência da mídia de retratar o crime como uma série de eventos chocantes e dramáticos desvia a atenção do público das políticas e estruturas sociais que estão no centro dessas histórias (Manning, 2016). Apesar da introdução de novos meios e de novas plataformas de comunicação, as muitas formas de representação da mídia não resultam em uma diversidade de conteúdo.

A mídia, portanto, continua a entregar uma versão mediada e homogênea da realidade que reifica o *status quo* e evita controvérsias. O público permanece desinformado e ignorante sobre a realidade do crime, e estereótipos racistas, sexistas e classistas preconcebidos são reforçados, dando suporte à criminalização de grupos no que tange raça, classe e gênero social.

Acerca dessa influência é importante observar que os meios informativos de massa, por meio de seu discurso, formam a opinião pública, causam o medo, o terror, a insegurança e a falsa realidade do momento social vivido. Assim, adentrando uma reflexão mais contundente e polêmica, a grande influência do discurso midiático poderia, por exemplo, fazer com que um juiz munido pelo poder de decisão, ou do que chamamos de convencimento livremente motivado, pudesse, sim, afetar-se com a inflamação da mídia e também com a repercussão social, sentindo-se direta ou indiretamente pressionado a aplicar penas mais rígidas a determinado acusado, olhando-o com o mesmo olhar que foi amplamente difundido pelos veículos de informação, tirando de si a imparcialidade e o “convencimento livre”.

Simplificando, as instituições da mídia formam uma indústria importante na economia capitalista e têm imenso poder para reforçar valores que legitimam uma sociedade estratificada e suas táticas de governança.

Os meios de comunicação de massa têm uma atuação central no que o filósofo italiano Antonio Gramsci chamou de hegemonia. A hegemonia, segundo ele, é um processo social pelo qual os valores e as ações daqueles que detêm o poder parecem razoáveis, necessárias e as únicas alternativas para lidar com os problemas sociais. Ela cria, portanto, a base para a aprovação em massa desses valores e ações.

A hegemonia é o processo pelo qual os valores e crenças daqueles que detêm o poder passa a ser definido como “senso comum”. A mídia e, em grande parte, sua cobertura acerca do crime, são cruciais para a obtenção do consentimento e a aprovação do público para o sistema social vigente. E a mídia de massa pode fazer isso da maneira mais sutil, parecendo cobrir um amplo espectro de opinião, enquanto na realidade marginaliza qualquer crítica.

Atos são definidos como crime apenas porque é do interesse daqueles que detêm o poder defini-los como tal. Mas o Estado tem um aliado poderoso na mídia, que é capaz

de desviar a atenção do público de uma infinidade de questões significativas, direcionando-a àquilo que é mais conveniente. Nesse sentido, a mídia tem como função principal tornar algo comum a todos ou a um grande número de pessoas.

Assim, a principal conclusão que pode ser tirada da observação sobre a representação do crime pela mídia é que ela reproduz uma ideologia dominante e não permite pontos de vista divergentes. Ela passa a ser, também, no atual momento histórico, cada vez mais um poderoso instrumento de formação de opinião e, porque não dizer, um poderoso instrumento de poder, desempenhando, portanto, um importante papel para a expansão da cultura do medo e da criminalidade, e da criminalização de identidades marginalizadas no Brasil, bem como as consequências individuais e coletivas dessa espetacularização do crime.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Judson Pereira de. **Os meios de comunicação de massa e o Direito Penal: a influência da divulgação de notícias no ordenamento jurídico penal e no devido processo legal**. Vitória da Conquista, BA: Monografia Científica em Direito na FAINOR - Faculdade Independente do Nordeste, 2007.

ANDRADE, Vera Regina Pereira de. **A Ilusão de Segurança Jurídica: do controle da violência à violência do controle penal**. 3ª ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2015.

_____. **Sistema Penal Máximo x Cidadania Mínima: códigos da violência na era da globalização**. 2ª ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2016.

BARATTA, Alessandro. La política criminal y el derecho penal de la Constitución: nuevas reflexiones sobre el modelo integrado de las ciencias penales. In: **Revista Brasileira de Ciências Criminais**. São Paulo: Revista dos Tribunais, jan/mar 2000.

BECKETT, Katherine and SASSON, Theodore. **The Politics of Injustice: Crime and Punishment in America**. Thousand Oaks, CA; London; New Delhi: SAGE Publications, 2003.

FAIRCLOUGH, Norman. **Media Discourse**. Londres: Edward Arnold, 1995.

_____. **Analysing discourse: Textual analysis for social research**. New York: Routledge, 2003.

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & diálogo: as ideias linguísticas do Círculo de Bakhtin**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

FRIDMAN, Luis Carlos. **Vertigens pós-modernas: configurações institucionais contemporâneas**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2000.

GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere: temas de cultura: ação católica: americanismo e fordismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007, 2ª ed., v. 4.

GREER, Chris. **Sex, Crime, and the Media: Sex offending and the press in a divided society**. New York: Routledge, 2012.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.

LOPES, Anderson da Silva. **A construção discursiva da masculinidade em práticas sociais de letramento não-escolar**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa Interdisciplinar de Linguística Aplicada. Rio de Janeiro: Faculdade de Letras – UFRJ, 2006.

MANNING, Peter K. **Democratic Policing in a Changing World**. New York: Routledge, 2016.

MOITA LOPES, Luiz Paulo da. (Org.). **Discursos de identidades: discurso como espaço de construção de gênero, sexualidade, raça, idade e profissão na escola e na família**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2003.

THOMPSON, John Brookshire. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 6ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

VIEIRA, Ana Lúcia Menezes. **Processo Penal e Mídia**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.