

**REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DE JORNALISTAS SOBRE O PAPEL DA
MÍDIA E SUA RELAÇÃO COM O PROCESSO PENAL**

***SOCIAL REPRESENTATIONS OF JOURNALISTS ON THE ROLE OF THE MEDIA
AND ITS RELATIONSHIP WITH THE CRIMINAL PROCESS***

Phablo Freire¹

Gustavo de Oliveira Nunes²

Resumo

Na sociedade contemporânea a mídia se faz cada vez mais presente nas diversas interações do cotidiano, informando a população, continuamente, acerca dos acontecimentos mais relevantes. Nesse sentido interessa ao Direito identificar como essa atuação midiática pode interferir na produção das decisões judiciais ou mesmo na produção dos sentidos socialmente partilhados sobre o Direito Penal, criminalidade, segurança pública e temas correlatos. Neste diapasão, objetiva a presente pesquisa identificar e analisar as representações sociais de jornalistas do município de Petrolina-PE sobre o papel da mídia na formação da opinião pública e sua relação com o processo penal. No tocante ao método, a pesquisa se caracteriza como qualitativa, localizada na vertente jurídico-sociológica do tipo jurídico-descritiva. Para levantamento dos dados foram utilizadas entrevistas semiestruturadas, aplicando-se a técnica de análise de conteúdo temático. Concluiu-se, a partir dos dados coletados e analisados, a existência e difusão de sentidos que indicam a presença do elemento sensacionalista na atuação midiática, a percepção da notícia como produto comercializável e a ciência acerca de potenciais riscos na produção e atuação jurisdicional penal pela interferência da opinião pública, marcada por tais excessos.

Palavras-chave: Representações Sociais, Mídia, Direito Penal, Processo Penal, Sensacionalismo.

Abstract

In contemporary society, the media becomes much more present in the various interactions of daily life, informing the population, continuously, about the most important events. In this case it is in the interest of the Law to identify how this media action can interfere in the production of judicial decisions or even in the production of socially shared meanings about Criminal Law, criminality, public safety and related issues. In this context, this research aims to identify and analyze the social representations of journalists in the city of Petrolina-PE on the role of the media in shaping public opinion and its relation to criminal proceedings. Regarding the method, the research is characterized as qualitative, located in the juridical-sociological theoretical aspect of the juridical-descriptive type. For data collection, semi-structured interviews were used, applying the thematic content analysis technique. Based on the data collected and analyzed, the existence and diffusion of meanings that indicate the presence of the sensationalist element in the mediatic performance, the perception of the news as a marketable product and the science about potential risks in the production and criminal judicial action by the Of public opinion, marked by such abuses.

Keywords: Social Representations, Media, Criminal Law, Criminal Proceedings, Sensationalism.

¹ Faculdade de Ciências Humanas e Exatas do Sertão do São Francisco (FACESF).

Doutorando em Direito pelo Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP), Mestre em Psicologia Social pelo Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade Federal do Vale do São Francisco (UNIVASF), Pós-graduado em Gestão Pública pela Faculdade de Ciências Aplicadas e Sociais de Petrolina (FACAPE) e em Direito Constitucional Aplicado pela Damásio Educacional.

E-mail: phablo-freire@hotmail.com

² Faculdade de Ciências Aplicadas e Sociais de Petrolina (FACAPE).

Bacharel em Direito pela Faculdade de Ciências Aplicadas e Sociais de Petrolina (FACAPE).

E-mail: gustavo.nunes21@hotmail.com

1 Introdução

Na sociedade contemporânea a mídia se faz cada vez mais presente nas diversas interações do cotidiano, transmitindo os acontecimentos mais relevantes para a população, nesse contexto, os eventos que envolvem crimes ganham especial destaque. Indubitavelmente, o crime – enquanto fenômeno social – está incorporado no interesse e fascínio das pessoas, de modo que os meios de comunicação dedicam um esforço ímpar na cobertura das ocorrências criminais, informando a sociedade sobre os detalhes dos acontecimentos, causas e desdobramentos, sendo tal cobertura, por vezes, carregada de emotividade, ocasionando, por vezes, um clamor público, um senso emotivo de medo coletivo, a sensação de insegurança sempre presente ou até o senso de revolta contra órgãos juridicamente competentes para coibir as práticas criminais.

Nesse sentido interessa ao Direito identificar como essa atuação midiática pode interferir na produção das decisões judiciais ou até mesmo na produção dos sentidos do que a sociedade possui e partilha sobre o direito penal.

O presente artigo possui o objetivo de identificar e analisar as representações sociais de jornalistas do município de Petrolina-PE sobre o papel da mídia na formação da opinião pública e sua relação com o processo penal.

A escolha do objeto se funda na inegável influência exercida pelos meios midiáticos sobre as pessoas de um modo geral e, inclusos nesse grupo social, os juízes (togados), vez que enquanto seres humanos que integram e partilham os espaços sociais, não estão isentos da influência e interferência midiática na formação de suas perspectivas particulares.

No tocante ao método, a pesquisa se caracteriza como qualitativa, localizada na vertente jurídico-sociológica, do tipo jurídico-descritiva (GUSTIN; DIAS, 2013, p. 19-30)

O trabalho se divide então em três momentos, no primeiro deles, é elaborada uma abordagem inicial, em que serão tratadas teorias que discutem o fenômeno de interesse, seguindo para a exposição dos dados levantados na pesquisa de campo, sendo finalizada, no terceiro momento, com a discussão dos dados a partir das teorias.

2 Aporte teórico e normativo

2.1 A produção de sentidos no cotidiano e as representações sociais

Berger & Luckmann (1966/2014) em sua obra, já considerada um clássico na sociologia do conhecimento, “a construção social da realidade”, defendem que a realidade, experimentada pelos indivíduos e grupos, é socialmente construída. Para estes autores significados subjetivos tornam-se, por meio de um processo específico, facticidades objetivas que perpassam a todos os indivíduos em uma dada sociedade.

Na perspectiva teórica construcionista o ser humano é um produto social na medida em que acessa o mundo a que está em contato direto por meio dos sentidos, dos significados, por ele elaborados e veiculados para dar coerência a sua experiência. Como pontua Spink (1999, p.41), o “sentido é uma construção social, um empreendimento coletivo, mais precisamente interativo, por meio do qual as pessoas constroem os termos a partir dos quais compreendem e lidam com as situações e fenômenos a sua volta”, e este sentido, a qual recorre os indivíduos pode ser identificado por meio do estudo das representações sociais.

Sá (1996, p.32) discorrendo sobre o conceito de representações sociais, recorre às ideias de Denise Jodelet ao asseverar que devem as representações sociais ser compreendidas como “uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, que tem um objetivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social”.

Deste modo, a realidade é elaborada pelos indivíduos na interface de suas interações coletivas e suas produções cognitivas individuais, sendo estes sentidos partilhados e identificáveis por meio de suas representações. Todavia, cabe salientar que, ainda segundo a teoria, esses sentidos não são meramente percepções dos sujeitos, esses saberes do senso comum, socialmente partilhados, dotam os indivíduos de condições “para agir sobre o mundo e sobre os outros”, como comenta Sá (1996), naquilo que foi chamado por Jodelet de saber prático, uma vez que quando partilhada a representação social, pelos indivíduos e grupos, esta determina o modo como estes irão interagir socialmente.

É precisamente nesse contexto em que Spink (1999, p.244-247) discute o papel da(s) mídia(s) na construção dos sentidos que irão determinar a realidade na medida em que informarão os indivíduos sobre o modo como eles devem compreender e interagir socialmente.

Para Spink (1999, p.244), a mídia deve ser compreendida como um “sistema cultural complexo (...) que possui uma dimensão simbólica, num constante jogo entre signos e sentidos, que compreende a (re)construção, armazenamento, reprodução e circulação de *produtos* repletos de sentidos” e essa produção, assevera a autora, perpassa e afeta, “tanto quem os produziu (os médias) como quem os consome (leitores, espectadores, telespectadores, etc).

Neste diapasão, a atuação midiática, nas sociedades contemporâneas, interfere profundamente na construção e circulação dos repertórios semânticos que haverão de determinar a realidade experimentada pelos sujeitos, afetando de modo direto o cotidiano das pessoas (SPINK,1999, p.245).

Jovchelovitch (2000, p.178-179), ao tratar a produção dos sentidos na elaboração de representações sociais pelos veículos de comunicação de massa, pontua que “a construção de relatos jamais é um ato neutro. Alguns relatos produzem uma versão da realidade, outros produzem versões diferentes”. Mais adiante a autora conclui que estes diversos relatos “expressam um produto de lutas simbólicas que se relacionam com lutas maiores presentes em todas as sociedades”.

2.2 A comunicação midiática e o Direito Penal

Pode-se compreender “mídia” como um aglomerado de instituições cuja finalidade precípua é a de propiciar comunicação entre as pessoas e que, para tanto, faz uso de tecnologias específicas. A comunicação midiática, nesse contexto, se constitui em um dos principais símbolos da modernidade, apesar de tardiamente desenvolvida como ora a percebemos. Duas características específicas determinam os traços identificadores da comunicação midiática, quais sejam: a *unidirecionalidade* e a *produção centralizada e padronizada de conteúdos*³. De maneira concreta, o termo ‘mídia’, deve para fins desta produção ser compreendido como o conjunto articulados de emissoras de televisão (fechada ou aberta), rádio, jornais, revistas, cinema e dos diversos outros tipos de instrumentos tecnológicos destinados realização da comunicação de massa (LIMA, 2003).

Nessa mesma linha conceitual, para McLuhan (1969) a comunicação é processo que envolve a troca de experiências viabilizando a elaboração de um patrimônio comum. Ela – a comunicação midiática –, é capaz de alterar a estrutura mental dos sujeitos por ela

³ Tais ‘conteúdos’ são por Spink (1999) tratados como sentidos produzidos e difundidos no cotidiano, postos de maneira tal que determinam ou contribuem para a formação do senso comum.

interpelados e acrescentar todos os procedimentos por meio dos quais uma mente pode influenciar outras. Isso envolve todo comportamento humano, abarcando as linguagens oral, escrita, musical, e artística.

Todos os dias os indivíduos são interpelados por informações, que de uma forma ou de outra, induzem percepções e comportamentos, sugerindo, modificando ou até mesmo reforçando atitudes.

A mídia tem como papel primordial levar informar toda a sociedade acerca dos acontecimentos nos diversos campos sociais, seja na política, educação, saúde, segurança, lazer, esportes e cultura. E, de acordo com o Princípio Ético que norteia essa atividade em especial, há o dever do agir imparcial, que implica numa apuração dos fatos de modo mais fidedigno possível. Tal perspectiva esta precisamente esculpida no Código de Ética do Jornalista Brasileiro, em seus artigos 2º e 3º:

Art. 2º – A divulgação da informação, precisa e correta, é dever dos meios de divulgação pública, independente da natureza de sua propriedade.

Art. 3º – A informação divulgada pelos meios de comunicação pública se pautará pela real ocorrência dos fatos e terá por finalidade o interesse social e coletivo.

Com enfoque na Ética, Isadora Schmitt é categórica ao afirmar que esse princípio está sendo menosprezado e abandonado: “Ética. Eis o princípio que muitos esquecem depois da formatura”, afirma ela. E continua:

O compromisso com a verdade e a apuração precisa dos fatos – dois assuntos tão falados em debates sobre comunicação – apesar de já estarem batidos, infelizmente são esquecidos todos os dias por alguns profissionais. A busca pelo furo e a rapidez da notícia hoje tão exigida pelos meios – apesar de terem sua importância para a informação – acabam muitas vezes prestando um desserviço ao público. (SCHMITT, 2004).

Apesar de haver, retoricamente, uma busca pela ética na profissão, um considerável temor recai sobre a atuação dos meios de comunicação em massa com relação a seu papel informativo no tocante aos temas relativos aos processos criminais, preocupação especialmente considerada quando confrontada com o elemento do “sensacionalismo”.

Para Vieira (2003, p. 52), o sensacionalismo é um modo distinto de divulgar uma notícia, selecionando aspectos da informação que podem fascinar, a ponto de deixar o receptor da mensagem perplexo; os meios de comunicação usam da tática do linguajar simples, de fácil entendimento para seduzir quem a está recebendo. Este tipo de linguagem, qualificado pelo distanciamento da prudência, busca impactar o público, escandalizando a notícia, forçando um envolvimento emocional do receptor. Dessa maneira a mídia, sobretudo

os meios televisivos de comunicação, alicerçam um padrão de informação que torna indistinto os limites entre o real e o fictício. Nenhuma notícia seja ela passada na rádio, na televisão, ou lida nos jornais é desvinculada do público sensacionalista. O receptor da informação fica envolvido “pessoalmente”, absorvendo toda a carga emocional da notícia. A mensagem encanta o telespectador, tirando-o, mesmo que momentaneamente, da realidade. Este fica preso pelos sentimentos, que o impossibilitam de distinguir o verdadeiro do sensacional.

A prática do sensacionalismo destoa drasticamente do ideal de imparcialidade que deve nortear o trabalho da imprensa, utilizando artifícios no momento da transmissão dos fatos, que além de estimular a ausência do exercício intelectual ou senso crítico, manipula de maneira abundante o conteúdo difundido (BATISTA, 2004, p. 252).

A notícia sensacionalizada, espetacularizada, é marcada por contornos que se distanciam da realidade em razão dos elementos emocionais e imprecisos nela inseridos. Busca-se por meio dessa prática não a informação imparcial do público, mas sim, a lucratividade resultante da audiência que o espetáculo é capaz de produzir. Identifica-se, nesse diapasão, que as notícias que envolvem questões de violência e, conseqüentemente, de Direito Penal, são aptas a produzir uma maior aderência do grande público quando sensacionalizadas e deste modo, mais propensas à produção do lucro midiático (MORETZSOHN, 2003, p. 131).

Sob este aspecto, Vieira (2003, p. 55), esclarece que o entusiasmo pelos acontecimentos criminais é *praxe* consolidada nos veículos de informação, devido a busca exacerbada pelo (tel)espectador, encontrando no jornalismo sensacionalista o seu maior representante. Ocasionalmente assim a banalização e espetacularização da violência através da exposição de imagens e do uso de um linguajar discursivo, rápido e simples sem maiores formalidades, mais condizente com o objetivo final: o lucro.

A violência fantasiada pelos meios de comunicação em massa transformou-se em um rentável produto. Sendo inclusive perceptível o grande enfoque dado pela mídia aos crimes mais violentos, de maior apelo emocional, criando uma ideia, no senso comum, de que estes acontecem reiteradamente no dia a dia, fato não condizente com a realidade. Em verdade, tal recorte da realidade que irá compor os noticiários está mais alinhada à captação de audiência e expansão do lucro, do que propriamente com o intuito informativo, o que resulta na potencialização dos medos da população (ADORNO, 2006; GLASSNER, 2003).

Essa violência se incorpora à linguagem difundida, ao conteúdo do senso comum partilhado, refletindo-se nos limites da sociabilidade, interferindo no modo como as regras

sociais são reforçadas ou alteradas, estabelecendo o medo e a insegurança como determinantes das condutas no convívio nas cidades. (SOARES *apud* ECKERT; ROCHA, 2005, p.4).

Além do interesse propriamente financeiro da prática da espetacularização da notícias, a Socióloga Dr. Luiza Fátima Baiarl apresenta um outro elemento que deve ser considerado no sensacionalismo da informação, qual seja a difusão do “medo social”, enquanto um fator da construção da dinâmica social:

Um medo construído socialmente, com o fim último de submeter pessoas e coletividades inteiras a interesses próprios e de grupos, e tem sua gênese na própria dinâmica da sociedade. **Medo produzido e construído** em determinados contextos sociais e individuais, por determinados grupos ou pessoas, **com vistas a atingir determinados objetivos de subjugar, dominar e controlar o outro**, e grupos através da intimidação e coerção. Esse medo leva determinadas coletividades territorializadas em determinados espaços a temer tal ameaça advinda desses grupos. (BAIERL, 2004, p. 48, Grifos nossos)

O medo, socialmente construído, espetacularizado e popularizado, interfere de modo amplo na composição do imaginário social, do repertório de sentidos compartilhados socialmente, induzindo a coletividade a acreditar numa insegurança constante, dirigida e fomentada por percepções deturpadas da realidade, estabelecida pelos meios de comunicação em massa, motivados pela obtenção do lucro ou, em última análise, pelo controle social (GLASSNER, 2003, p. 100).

É plausível admitir que o medo altera a rotina, e por conseguinte a conduta dos indivíduos, visto que afeta de maneira direta o cotidiano da população, que experiencia um sentimento constante de ameaça e perigo (BAIERL, 2004, p. 20).

No tocante a relação entre a informação sobre a criminalidade e o controle social, para Castro (2005, p. 34), existem dois tipos de controle social: aquele formal, manifesto pelos órgãos do judiciário, instituições de direito, polícia, prisões e estabelecimento para crianças e adolescentes em conflito com a Lei. E outro, informal ou extrapenal, que se manifestam pelo controle social exercido pela religião, escola, família, mídia, partidos, opinião pública, etc. Todos esses, sem exceção, estão envolvidos na explicação ou designação do que é compreendido como delito, de quem é o delinquente, qual é a delinquência e, determinando, portanto, os chamados “processos de criminalização”.

O processo de criminalização, segundo Castro (2005) envolve esses sentidos socialmente partilhados sobre o que vem a ser o delito, que condutas integram a conduta criminosa e quem pode ser considerado como criminoso. Os agentes formais e informais que

exercem esse controle determinam o conteúdo que orientam esses saberes e assim fecham o ciclo informativo do processo de criminalização. Certamente a mídia e a opinião pública integram esses polos informativos. Resta saber até que ponto a opinião pública – determinada pela mídia –, afeta a manifestação do controle social exercido pela família, pelo senso comum ou mesmo pelos agentes que ocupam posições de poder no Poder Judiciário.

O medo socialmente construído pela espetacularização da notícia criminal acaba por instigar na população um anseio por uma atuação mais contundente contra a “criminalidade”, o que afeta a atuação judiciária e legislativa. Afetando também o desempenho do Direito Penal, potencialmente em todo o curso de sua aplicação, desde o agravamento das penas, consentindo intervenções mais gravosas, que deliberadamente violam os direitos fundamentais das pessoas que estão sendo acusadas, sem prejuízos de outras arbitrariedades. Sendo, por estas razões, necessário analisar como o medo social esta sendo elaborado e como ele determina os sentidos partilhados no cotidiano sobre segurança e criminalidade, vez que estes afetam as demandas sociais na atuação jurisdicional (FRANCO, 2014, p.273).

2.3 A atuação jurisdicional penal e a comunicação de massa

A formação da noção do Direito tem seu ponto inicial no fato social, sendo elaborado a partir das necessidades fundamentais da coletividade, por ele reguladas como condição fundamental à sua própria manutenção. É, portanto, o Direito que proporciona a garantia da segurança e das condições essenciais à vida humana em sociedade, determinada pelas normas que constituem a ideia de ordem jurídica. (JESUS, 2013, p. 45).

Nessa perspectiva a função do Direito é propiciar o convívio entre pessoas com objetivos, características e necessidades distintas, de maneira a assegurar as condições indispensáveis à sobrevivência humana. É um dever do Estado a proteção dos bens jurídicos dos cidadãos, indispensáveis a essa vida social, designando as sanções necessárias e suficientes a reprimir as condutas reprováveis, a saber, impeditivas desse convívio social.

No momento em que as condutas do homem ofendem estes bens jurídicos mais essenciais, eleitos como invioláveis, pela Lei Maior de um Estado, tal violação adentra o campo de incidência do Direito Penal, que chama para si a responsabilidade pelo “controle social punitivo institucionalizado”. (ZAFFARRONI; PIARANGELI, 1999. p.70).

Sobre a natureza seletiva específica deste ramo do Direito, Bitencourt (2013, p. 37), preleciona que a principal característica do Direito Penal é a sua fragmentariedade ou subsidiariedade, traduzida pela condição de *ultima Ratio* do sistema jurídico na defesa daqueles interesses e bens mais importantes para o indivíduo e para a coletividade. Tal característica é de tamanha importância que foi elevada ao nível de princípio do Direito Penal.

Juan Carlos Ferré Olivé (2011), destaca que o Princípio da *Ultima Ratio*, adverte que, na solução dos conflitos da sociedade, o Estado tenha como instrumento último a aplicação da pena. Noutros termos, apenas quando frustradas todas as outras instâncias de controle social que poderem resolver o conflito é que se verifica o momento de incidência do Direito Penal. (FERRÉ OLIVÉ, 2011, p. 94-95).

Nessa mesma linha Mir Puig Santiago explica a razão do caráter subsidiário do direito penal, nas suas palavras:

O Direito Penal deixa de ser necessário para proteger a sociedade quando isso puder ser obtido por outros meios, que serão preferíveis enquanto sejam menos lesivos aos direitos individuais. Trata-se de uma exigência de economia social coerente com a lógica do estado social, que deve buscar o maior benefício possível com o menor custo social. O princípio da ‘máxima utilidade possível’ para as eventuais vítimas deve ser combinado com o ‘mínimo sofrimento necessário’ para os criminosos. Isso conduz a uma fundamentação utilitarista do Direito penal que não tende à maior prevenção possível, mas ao mínimo de prevenção imprescindível. Entra em jogo, assim, o ‘princípio da subsidiariedade’, segundo o qual o Direito penal deve ser a *ultima ratio*, o último recurso a ser utilizado, à falta de outros meios menos lesivos” (SANTIAGO, 2007, p. 93 - 94).

Neste sentido cabe destacar que o rigor da aplicação penal deve seguir seu caráter subsidiário, e este a completude de todo o sistema jurídico posto, a saber, todos os recursos que antecedem a aplicação da pena, instrumentalizados pelos operadores qualificados do Direito de modo que a aplicação da *ultima ratio* não estaria a cargo do clamor social que por sua vez desconhece a gradação dos diversos ramos do direito e, menos ainda quando este clamor não é legitimamente originado na sociedade e sim na condução do senso comum por interesses pautados no lucro de atores sociais específicos.

2.3.1 A formação da cognição do juízo penal e a mídia

Nas literaturas processuais penais e criminológicas, muito se debate sobre a capacidade de influência midiática sobre a cognição dos juízes. Estes, como humanos, inseridos no meio social, assimilam ou captam, as demandas em seu entorno, sendo plenamente possível dizer que sofrem influência dos meios de comunicação de massa. (GOMES; ALMEIDA, 2013, p. 213). Neste mesmo sentido, pontualmente defende Karam

(2001, p. 03) que, no que se refere aos magistrados, “não se distinguem dos demais habitantes do mundo pós-moderno, acostumados a apreender o real através da intermediação midiática”.

A influência midiática, por mais que não seja plenamente eficaz para determinar o convencimento do Magistrado, não deixa de exercer de maneira implícita (ou por vezes explícita) uma pressão na consciência do mesmo, fazendo com que ele julgue de acordo com o que lhe é esperado. Ademais, a sociedade impactada pelos “julgamentos” prévios dos repórteres, pressiona de modo expreso os juízes, exigindo uma atuação mais contundente, *e.g.*, o endurecimento *ad hoc* das medidas penais, processuais e materiais (DOMINGUEZ, 2009).

Sanguiné (2001, p. 257-295), lista as três hipóteses nas quais, a difusão sensacionalista da informação pode interferir e influenciar a formação da cognição do Magistrado no processo penal: 1) pode convencê-lo no que se refere à culpabilidade do acusado, ocasionando um julgamento extraprocessual, mesmo que inconscientemente; 2) pode ainda, por mais que não seja capaz de convencê-lo completamente, ensejar uma decisão de acordo com o que foi demonstrado ou defendido pelo jornalista; 3) por fim, pode incitá-lo, expressa ou tacitamente, a julgar de tal modo, que acredita ser correta, mesmo quando distante dos regramentos penais.

Em virtude disso, por mais que teoricamente o Juiz tenha a obrigação de não ser afetado pelas notícias e opiniões divulgadas pela mídia, na prática, tal hipótese não se sustenta, tendo em vista ser ele um humano cujo pensamento social é determinado assim como os demais integrantes da sociedade, não ocupando ele uma posição intocável ou impermeável pela produção de sentidos compartilhados no cotidiano, sendo ele, também vitimado, em graus específicos pela força da opinião pública, que pode ser determinada por interesses outros que não o da coletividade ou mesmo aqueles esculpidos no ordenamento jurídico (SOUZA, 2010, p. 206; GOMES, ALMEIDA, 2013, p. 214).

3 Método

3.1 Participantes

A atual pesquisa que objetivou o levantamento das representações sociais de jornalistas sobre o papel da mídia na formação da opinião pública e sua relação com o processo penal, elegeu como campo para levantamento de dados a cidade de Petrolina-PE e selecionou jornalistas que trabalhassem em todos os veículos midiáticos locais, a saber, emissoras de televisão e rádio e mídias digitais, como blogs de pequeno médio e grande

alcance, além de grandes portais de comunicação digital como aqueles atrelados à grandes emissoras de rádio e TV.

Desta forma o critério de inclusão de respondentes foi a condição de “repórter” e estar atuante em algum veículo. Não foram utilizados critérios de exclusão para as falas, sendo adotado apenas, para o fechamento da amostra o critério de saturação (FONTANELLA; MAGDALENO JUNIOR, 2012, p. 66), que implica na finalização da coleta quando os conteúdos presentes na fala dos respondentes começam a se repetir, indicando o exaurimento no levantamento dos dados amostrais.

Foram assim realizadas 15 entrevistas (3 homens, 12 mulheres), no período entre 27 de setembro de 2016 e 14 de outubro de 2016. Alguns dos profissionais trabalhavam em mais de um veículo de comunicação, expressando suas experiências profissionais em veículos distintos, o que passou a ser interesse da pesquisa, totalizando assim, em termos de atuação, 6 profissionais de TV, 7 profissionais do rádio e 9 profissionais das mídias digitais.

3.2 Procedimento e instrumento

Para realização das 15 entrevistas foi adotado o método bola de neve (BALDIN; MUNHOZ, 2011, p.332), que implica na indicação de outros respondentes pelos respondentes já identificados. A eleição deste método se justificou pelo teor específico da entrevista, do que se buscou levantar, sendo considerado relevante a indicação de profissionais pelos próprios profissionais para que se fosse potencializada a credibilidade no levantamento dos dados, ou seja, o profissional buscado quando indicado por outro que já participara da pesquisa sente-se mais propenso a autorizar sua participação por ter sido indicado por parceiros de profissão.

A construção do instrumento de pesquisa, os questionários semiestruturados, levou em consideração o interesse pela busca das representações sociais, a saber, seu conteúdo, a partir dos conceitos de objetivação e ancoragem, tendo como questões disparadoras: 1) “a importância do jornalismo para a sociedade”, 2) “o papel da mídia na formação da opinião pública”, 3) “o processo de cobertura de crimes de grande comoção”, 4) “a existência, ou não, de excessos da atuação jornalística”.

3.3 Análise dos dados

Após a realização das entrevistas, seguiu-se a transcrição, sendo o seu conteúdo analisado a partir do método de Análise de Conteúdo (AC), na perspectiva teórica de Bardin

(2002) que objetiva a identificação do conteúdo central do sentido veiculado pelo grupo analisado, por meio de um caminho metódico sistematizado⁴, com vistas a desvelar o núcleo semântico da fala dos respondentes e do grupo.

4 Resultados

O conteúdo apresentado na tabela 1 diz respeito às representações que emergiram a partir das falas dos respondentes para as questões relativas ao conceito e papel da mídia em sua relação com a sociedade, disparadas pelas perguntas 1 e 2 do instrumento.

Tabela 1 - Representação dos jornalistas sobre o sentido e papel de mídia na sociedade

Categorias	f
1. Faceta positiva	
Sociedade informada	17
Muito importante	6
Sociedade democrática e livre	6
Essencial	4
Ponte para sociedade	3
Porta voz da sociedade	3
(fornecedor de) Informação verdadeira	3
Empodera as pessoas	2
Função educadora	2
Missão social	1
Ferramenta de construção social	1
Prestação de serviço	1
Um poder público	1
Sociedade viva	1
Ouvidoria da sociedade	1
Informa direitos e deveres	1
Não há julgamento (é imparcial)	1
2. Faceta negativa	
Informação é mercadoria (um produto à venda)	5
Não é isenta	3
Não é imparcial	3
Intermediada por grandes corporações (é a voz das grandes corporações)	3
Não é ética	1
Mistura opinião e informação	1
Informações reais e falsas	1
Pode ocasionar consequências (negativas) sérias	1
3. Impactos da atuação midiática	

4 A perspectiva sistemática da Análise de Conteúdo implica em três etapas principais, a saber: 1) Pré-análise, marcada pela sistematização do material; 2) Exploração do material, quando se é realizada a classificação das ideias em categorias para que se possa chegar ao núcleo de compreensão do tema veiculado e, finalmente; 3) Tratamento dos resultados obtidos e interpretação, na qual o pesquisador sugere interpretações e inferências a partir do quadro teórico adotado na pesquisa.

Forma a opinião das pessoas	6
Interfere no cotidiano da sociedade	6
Traduz a realidade para a massa	5
Transforma a sociedade	3
Muda a mentalidade das pessoas	1
Modifica a vida das pessoas	1
Possibilita a compreensão do que está acontecendo	1
Fornecer recursos para reprodução de ideias no meio social	1
Elo de ligação do poder (público) e a sociedade	1

f: Frequência de evocação

Fonte: Dados da pesquisa, 2016

Três categorias foram identificadas a partir do estímulo induzido pelas perguntas. Dentre elas a categoria mais emergente foi aquela que reuniu os sentidos que informam a “faceta positiva” do sentido e papel da mídia. Nesta categoria a expressão mais evocada foi a de “sociedade informada”, seguida por “muito importante” e “sociedade democrática e livre” como agrupamento das ideias nucleares do que vem a ser, para aqueles indivíduos, o sentido e função da mídia em sociedade. Um total de 54 evocações de expressões cujos sentidos se comunicam integraram esta categoria. As duas categorias seguintes, de menor evocação, consideradas como “faceta negativa” e “impactos da atuação midiática”, respectivamente com 18 e 25 evocações, informam, uma outra perspectiva sobre o sentido e papel da mídia além da mensuração dos impactos midiáticos ao apresentarem o sentido partilhado do que vem a ser o papel mídia.

A segunda categoria evoca uma “faceta negativa” para o sentido partilhado por esse grupo de profissionais sobre o que vem a ser a mídia. Expressões como “informação é mercadoria”, “não é isenta”, “não é imparcial”, “não é ética” e “é a voz de grandes corporações” se apresentam como presentes na percepção dos respondentes. Já na terceira categoria, identificou-se a percepção sobre os “impactos da atuação midiática” na sociedade, agrupando-se expressões que carregavam sentidos aproximados, tais como “traduz a realidade para a massa”, “muda a mentalidade das pessoas”, “forma a opinião das pessoas”, “interfere no cotidiano”.

Quando combinadas as representações evocadas nas três categorias, é possível, num primeiro momento, supor uma aparente contradição entre os sentidos, todos eles evocados para informar o sentido partilhado acerca do conceito e função da mídia, todavia, a partir a análise das representações que emergem das respostas para as perguntas disparadoras 3 e 4, é possível dissipar a aparente contradição.

Tabela 2
Representação dos jornalistas sobre a cobertura de crimes e sua influencia na sociedade

Categorias	f
1. Atuação ética	
Ouve-se as partes envolvidas	9
Jornalismo verdade (fontes confiáveis são checadas)	4
Condução com cautela	4
Papel de informar	4
Papel de cobrar providencias (às autoridades)	4
É difícil ser imparcial (parcialidade involuntária)	4
Trata-se o acusado como acusado e não como criminoso (inexiste pré-julgamento)	3
Deve ser jornalismo investigativo (na apuração)	3
É preciso apurar os fatos (objetividade da notícia)	2
Sociedade tem que ser informada	1
É narrativa do fato e não uma construção da notícia	1
Presta um serviço	1
Trabalho é feito da melhor forma possível	1
Erros ocorrem (ocasionalmente)	1
2. Notícia como produto	
A linha editorial determina o grau de sensacionalismo, mas sempre há	10
Função comercial da imprensa (existe para dar dinheiro)	7
Produto para gerar audiência (cobrança dos leitores)	4
Para conseguir audiência lançamos elementos artísticos na notícia	4
O sensacionalismo é interesse do dono da empresa	3
O sensacionalismo sustenta o negócio	2
É interesse da empresa que haja excesso (para gerar audiência)	2
Tende-se a espetacularização da notícia	1
Conquistar audiência (não importa se houver excesso)	1
Entre jornalismo e sensacionalismo a linha é tênue	1
A notícia deve comover as pessoas	1
3. Desvio de finalidade na atuação	
Sensacionalismo (despreocupação com os fatos)	29
Não há isenção (há parcialidade)	5
Informações incorretas (atropeladas)	3
Antiético (exploração da dor alheia)	4

Manipulação dos dados	3
Primeiro fala, depois investiga (postura de risco no jornalismo)	2
Casos que chocam em primeiro plano	2
Falso Jornalismo (joga-se notícias sem credibilidade)	2
Não esclarece o cidadão	2
Produzir notícias com o fim de judicializar uma questão	1
Comportamento prejudicial (para os envolvidos)	1
Ocasiona prejuízos irreversíveis aos envolvidos	1
Veicula notícias falsas	1
Aterrorizar a sociedade (temor na sociedade)	1
4. outros	
Em alguns casos é impossível não se emocionar	6
O papel da mídia não é ser policia	2
Há uma teia de subjetividade	2
O jornalismo pode construir heróis e destruir a vida de pessoas (com inverdades)	1
Há irresponsabilidade quando não há a formação adequada	1
Desgaste emocional (para a sociedade e profissionais)	1

f: Frequência de evocação

Fonte: Dados da pesquisa, 2016

A tabela 2 reúne as representações sociais, dos participantes, sobre a cobertura midiática dos crimes e a influência deste trabalho na sociedade, sendo os sentidos evocados disparados pelas perguntas 3 e 4 constantes no instrumento.

Quatro categorias emergiram nesta busca. A primeira delas “atuação ética” com 42 evocações, comunica-se com a primeira categoria emergente na tabela 1 (“faceta positiva”) ao informar que a atuação, na cobertura de crimes, é ética. Expressões como “ouve-se as partes envolvidas”, “jornalismo verdade”, condução com cautela” e “papel de informar”, são as mais evocadas e integram o núcleo desta categoria. No entanto, as categorias 2 e 3, respectivamente 36 e 57 evocações informam sentidos opostos a “atuação ética”.

Ao discorrer sobre a cobertura midiática de eventos criminosos, os respondentes evocaram expressões como “função comercial da imprensa”, “produto para gerar audiência”, para conseguir audiência...”, “o sensacionalismo é interesse...”, “a notícia deve comover as pessoas”, sendo estas e mais outras expressões agrupadas na categoria que foi intitulada pelos pesquisadores como “notícia como produto”.

Na terceira categoria uma informação emergiu com significativa frequência, sendo, mais precisamente, o sentido mais evocado em toda a pesquisa, qual seja, a expressão “sensacionalismo” (29 evocações). Os respondentes ao tratarem sobre a cobertura dos eventos envolvendo crimes, utilizam a expressão “sensacionalismo” e a explicam valendo-se de outros sentidos, que passaram a integrar a categoria, quais sejam: “não há isenção”, (veicula-se) “informações incorretas”, “antiético”, “manipulação de dados”.

Uma quarta categoria foi ainda identificada, reunindo aqueles sentidos que não encontraram correspondência com outros de modo suficiente para formar uma categoria semântica autônoma.

A partir de uma análise combinada dos sentidos evocados, é possível identificar que os profissionais tem consciência de seu poder de interferência na sociedade, sabem que o trabalho midiático é capaz de alterar a opinião das pessoas, informando sobre fatos desconhecidos e conduzindo a formação do senso comum. E, para eles, há de modo muito expressivo, dado o grau de evocações, um compromisso com o desempenho ético (categoria 1, tabela 2) e positivo (categoria 1, tabela 1) de suas funções sociais. Todavia, em paralelo a este sentido compartilhado, há um outro, que dá conta da existência do sensacionalismo e impactos negativos da atuação.

Notícia como produto e eivada de sensacionalismo para impulsionar lucro (categoria 2 e 3, tabela 2), além da inexistência de um poder de formatação da notícia, que por sua vez é determinado pelos proprietários dos veículos, que os empregam e conduzem a veiculação da notícia de modo a gerar lucro e não propriamente como reprodução da realidade (categoria 2, tabela 1; categoria 2, tabela 2) e, combinados com esses sentidos esta a ciência de que tal atuação comercial do jornalismo, a saber, o tratamento da notícia como um produto a serviço do interesse das corporações midiáticas é capaz de produzir impactos negativos na sociedade (categoria 3, tabela 1; categoria 3, tabela 2).

Isto é identificado, com suficiente nitidez, quando da evocação expressiva do termo “sensacionalismo” quando se é narrada a atuação midiática quando da cobertura e influência midiática nas questões envolvendo crimes. Sabe-se que há um exagero deliberado, intencional, opiniões e informações falsas são inseridas, de modo a produzir um tipo específico de produto, sendo que isto se justifica, na perspectiva dos respondentes, em razão da necessidade de produção de audiência que por sua vez produz o lucro que é o garantidor da

atividade comercial do jornalismo. A saber, sabe-se que existe uma faceta negativa na atuação em razão da notícia ser o produto comercializável desta atividade.

O sensacionalismo presente na representação socialmente partilhada dos respondentes se comunica com a faceta negativa dos sentidos por eles também difundidos sobre sua atuação social. O que corrobora as colocações dos teóricos que asseveram ser este um traço negativo da atuação midiática na sociedade, isto porque tal movimento ‘sensacionalista’ de configuração da opinião pública em determinada direção opera, socialmente, uma intencional distorção da percepção da realidade pelos consumidores de tais produtos (notícias), afetando a elaboração do senso comum e dos comportamentos dele derivados (SÁ, 1996: SPINK, 1999 MORETZSOHN, 2003: BATISTA, 2004: VIEIRA, 2003).

O desvio de finalidade na atuação midiática (categoria 3, tabela2) assim como a faceta e impactos negativos da atuação (categorias 2 e 3, tabela 1) também são descritos pelos teóricos como um reflexo deste tipo de atuação midiática, enquanto um produto comercializável, a saber a notícia sobre a realidade social como um produto que possa ser tratado como um dado manipulável, adaptável a interesses específicos, particulares, distantes daqueles que possam ser considerados como públicos e gerais. Esta faceta e impacto negativos são também discutidos pela literatura quando se comenta como decorrência dessa postura a ampliação do sentimento de violência e insegurança e demanda por justiça mais gravosa e menos técnica (ADORNO, 2006: GLASSNER, 2003: ECKERT; ROCHA, 2005).

Neste diapasão, é importante asseverar que toda a sociedade é vitimada por esse processo, a partir do momento em que todos os sujeitos que a integram partilham de elementos do senso comum elaborado a partir destas intencionalidades implicitamente veiculadas nos noticiários. E neste interim, não estão os juízes imunes ao alcance destes efeitos, sendo estes, inclusive, pressionados pela comunidade – ou mesmo por suas próprias consciências determinadas também pelo senso comum espraiado –, à produção de respostas imediatistas, mais gravosas, atécnicas ou mesmo juízos *ad hoc*, no afã de apresentar uma resposta condizente com o clamor social, por vezes, artificial e intencionalmente produzido (SPINK, 1999: FRANCO, 2014: GOMES, ALMEIDA, 2013: KARAM, 2001: DOMINGUEZ, 2009).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa iniciou com uma abordagem sobre perspectivas teóricas acerca do fenômeno social da produção de sentidos no cotidiano, e do papel midiático nestes contextos, sendo encerrada essa seção com as discussões sobre a relação entre a produção do senso comum acerca das questões da criminalidade, sensacionalismo e a atuação jurisdicional penal.

Os dados levantados informam o conteúdo semântico plural das representações sociais dos jornalistas, selecionados para a pesquisa, sobre o papel da mídia na formação da opinião pública acerca nos casos envolvendo questões criminais. Tal conteúdo revelou uma estreita aproximação com as disposições teóricas sobre o fenômeno midiático e sua relação com a produção dos saberes jurídicos, com especial ênfase a comercialização da notícia, a distorção sensacionalista dos fatos e a inferência negativa na produção dos sentidos de justiça criminal, o que sugere a necessidade de um maior controle e acompanhamento, pelos poderes públicos, dessas atividades, tendo em vista a proteção do interesse e opinião pública contra interesses particulares, além de salvaguardar a regular atividade jurisdicional, técnica penal, contra os impactos midiáticos negativos.

Neste diapasão, resta destacar que os dados levantados na pesquisa não possuem o condão generalizante, o que impede a utilização de um raciocínio dedutivo para o fenômeno em sua totalidade, a partir, tão somente, destes resultados isolados, noutros termos, embora tais representações sociais, do grupo observado, reflitam de maneira clara as discussões teóricas sobre a relação entre mídia, produção do senso comum e atuação jurisdicional penal, para inferências totais sobre o fenômeno, outros estudos serão necessários, de modo a ampliar o objeto recortado para análise ou mesmo propondo uma ampliação das discussões.

Concluiu-se, portanto, a partir dos dados coletados e analisados, a existência e difusão de sentidos que indicam a presença do elemento sensacionalista na atuação midiática, produzindo uma intencional distorção de percepção da realidade na difusão de fatos, convertendo assim a notícia em produto comercializável, afetando a configuração do senso comum e, em contrapartida, oferecendo potenciais riscos à produção e atuação jurisdicional penal em razão das interferências decorrentes da opinião pública.

Todavia, a partir destes resultados torna-se, desde já, necessária à implementação de medidas mais eficazes voltadas a possibilitar um controle na atuação informativa da mídia, essencial às sociedades democráticas, com vistas a uma atuação efetivamente ética e o esvaziamento da veiculação enviesada e deturpada dos fatos, de modo que restem protegidas

de quaisquer excessos, tanto a regular produção dos sentidos comuns partilhados, quanto à própria atuação estatal.

6 Referências

ADORNO, Sérgio; LAMIN, Cristiane. Medo, violência e insegurança. In: LIMA, Renato. Sérgio de; PAULA, Liana de. (orgs.). **Segurança pública e violência: o Estado está cumprindo o seu papel?** São Paulo: Contexto, 2006.

Associação Brasileira de Imprensa. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em: < <http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros/>>. Acesso em: out de 2016.

BAIERL, Luzia Fátima. **Medo social: da violência visível ao invisível da violência**. São Paulo: Editora Cortez, 2004.

BALDIN, Nelma; MUNHOZ, Elzira M. Bagatin. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: **X Congresso nacional de Educação - EDUCERE, I Seminário Internacional de Representações Sociais, Subjetividade e educação - SIRSSE**. 2011. Disponível em: <http://educere.bruc.com.br/CD2011/pdf/4398_2342.pdf>. Acesso em: outubro de 2016.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edição 70, 2002.

BATISTA, Nilo. **Novas tendências do Direito Penal**. vol. I. 1. ed. Rio de Janeiro: Revan, 2004.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 36.ed. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis: Vozes, 2014.

BITENCOURT, Cezar Roberto. **Tratado de Direito Penal: Parte Geral**. 19.ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

CASTRO, Lola Aniyar de. **Criminologia da Libertação**. Rio de Janeiro: Editora Revan, 2005.

DOMINGUEZ, Daniela Montenegro Mota. A influência da mídia nas decisões do juiz penal. In: **Direito UNIFACS**, 2009. Disponível em: <<http://www.revistas.unifacs.br/index.php/redu/article/view/507>>. Acesso em: out de 2016.

ECKERT, Cornélia; ROCHA, Ana Luiza C. da. **O porto pouco seguro: estudo da cultura do medo em Porto Alegre**. Iluminuras. Porto alegre: Revista do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRGS, n. 80, 2005.

FERRÉ OLIVÉ, Juan Carlos; ROXIN, Claus. **Direito penal brasileiro: parte geral: princípios fundamentais e sistema**. São Paulo: RT, 2011.

FONTANELLA, Bruno José Barcellos; MAGDALENO JUNIOR, Ronis. Saturação teórica em pesquisas qualitativas: contribuições psicanalíticas. **Psicol. estud.**, Maringá, v. 17, n. 1, p. 63-71, Mar. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-73722012000100008&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: out 2016.

FRANCO, Maria Eugênia Santana. Os meios de comunicação em massa e o sistema jurídico: a mídia como instrumento de controle social: **Revista eletrônica da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Uberlândia**. São Paulo. v.42.n.2.2014. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/revistafadir/article/view/26250/16334>>. Acesso em: out de 2016.

GLASSNER, Barry. **Cultura do Medo**. São Paulo: Francis, 2003.

GOMES, Luiz Flávio ; ALMEIDA, Débora de Souza de. **Populismo Penal Midiático: Caso Mensalão, Mídia Disruptiva e Direito Penal Crítico**. São Paulo: Saraiva, 2013.

GUSTIN, Miracy Barbosa de Souza; DIAS, Maria Teresa Fonseca. **(re)repensando a pesquisa jurídica: teoria e prática**. 4.ed. rev. e atual. Belo Horizonte. Del Rey, 2013.

JESUS, Damásio de. **Direito Penal: Parte Geral**. 34.ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

JOVCHELOVITCH, Sandra. **Representações sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

KARAM, Maria Lúcia. O direito a um julgamento justo e as liberdades de expressão e informação. **Boletim IBCCrim**, ano 9, n. 107, São Paulo, out. 2001.

LIMA, V.A. **Sete teses sobre a relação Mídia e Política**. Mimeo, 2003.

McLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MORAIS DA ROSA, Alexandre. **Decisão no processo penal como bricolage de significantes**. 434 f. Tese (Doutorado em Direito) – Faculdade de Direito, Setor de Ciências Jurídicas e Sociais, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2004.

MORETZSOHN, Sylvia. **Imprensa e Criminologia: O Papel do Jornalismo nas Políticas de Exclusão Social**. São Paulo. Editora Malheiros, 2003.

SÁ, Celso Pereira de. **Núcleo central das representações sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

SANGUINÉ, Odone. A inconstitucionalidade do clamor público como fundamento de prisão preventiva. In: SHECARIA, Sérgio Salomão (Org.). **Estudos criminais em homenagem a Evandro Lins e Silva** (criminalista do século). São Paulo: Método, 2001.

SANTIAGO, Mir Puig. **Direito penal: fundamentos e teoria do delito**. Trad. Claudia Viana Gacia, José Carlos Nobre Porciúncula Neto. São Paulo: RT, 2007.

SCHMITT, Isadora. Ética em desuso. In: Canal da Imprensa, **Revista Eletrônica do Curso de Jornalismo do Unasp**, 31^a Edição, ano 3, maio/2004. Disponível em: <<http://www.canaldaimprensa.com.br/canalant/especial/trint1/especial26.htm>> Acesso em: out. 2016.

SOUZA, Artur César de. **A decisão do juiz e a influência da mídia**. Ineficácia da prova divulgada pelos meios de comunicação para o processo penal e civil. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

SPINK, Mary Jane P.. **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas**. São Paulo: Cortez, 1999.

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

WERNNECK VIANNA, Luiz *et al.* **Corpo e alma da magistratura brasileira**. Rio de Janeiro: Revan, 1997.

WESSELS, Johan. **Direito Penal: Parte Geral**. Trad. Juarez Tavarez. Porto Alegre: Fabris, 1976.

ZAFFARRONI, Eugenio Raúl; PIARANGELI, José Henrique. **Manual de Direito Penal Brasileiro: Parte Geral**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999.