

## O DIREITO PENAL COMO MERCADORIA DO ESPETÁCULO: A MÍDIA E A AGENDA-SETTING COMO INTRODUTORA DA PUNIÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE

*THE CRIMINAL LAW AS THE MERCHANDISE OF THE SPECTACLE: THE MEDIA AND THE AGENDA-SETTING AS THE INTRODUCER OF THE PUNISHMENT IN CONTEMPORANEITY*

Samuel Ebel Braga Ramos (Mestrando em Direito pelo PPGD/UNINTER. Pós-Graduado em Direito Tributário. Extensão em Direito Penal e Processual Alemão, Europeu e Internacional pela Georg-August-Universität Göttingen, Alemanha. Advogado em Curitiba/PR)

Contato: samuel@ebelbattu.adv.br

### RESUMO

Este artigo tem o foco de discorrer sobre o poder da grande mídia de massa na difusão do noticiário voltado a criminalidade e, com isto, na ingerência no cotidiano da sociedade através da *Agenda-Setting*. Com uma agenda direcionada a apresentação da violência como forma de notícia, a mídia televisiva e seus programas específicos inserem na vida diária do cidadão a pauta do dia a ser discutida. A qualidade e veracidade da informação não são mais importantes, mas sim a quantidade de notícias a serem vinculadas em sua programação. Desta forma, os meios de comunicação de massa utilizam-se dessas agendas para transmitir ao público matérias e notícias de cunho sensacionalista, quase em sua totalidade atinente ao Direito Penal. De maneira equivocada, o cidadão médio é submetido a valores morais e éticos distorcidos, traduzido no sentimento de imediatismo punitivo e vingança privada.

Palavras-chave: Direito Penal. Mídia de Massa. *Agenda-Setting*.

### ABSTRACT

This article focuses on the power of mass media in the diffusion of crime-oriented news and, in this way, in the daily interference of society through *Agenda-Setting*. Through an agenda focused on the presentation of violence as a form of news, the television media and its specific programs insert into the daily life of the citizen the agenda of the day to be discussed. The quality and veracity of the information is not more important, but rather the amount of news to be linked in your schedule. In this way, the mass media use these agendas to transmit to the public stories and news of a sensationalist nature,



in its entirety related to Criminal Law. Misguidedly, the average citizen is subjected to distorted moral and ethical values, translated into a sense of punitive immediacy and private revenge.

Keywords: Criminal Law. Mass Media. Agenda-Setting.

---

## INTRODUÇÃO

O poder da mídia televisiva é indiscutível. A capacidade de ditar os rumos da sociedade resta evidente quando se assume que a mídia de massa detém o poder de ditar a agenda diária do cidadão.

A mídia de massa transforma pequenas notícias em espetáculo, dando o status de mercadoria rentável às notícias. Quando se aproxima do direito penal, a informação apresentada ao espectador não necessita de veracidade ou apuração, mas sim de um teatro protagonizado por um ator que domine a retórica criminal e possua o mínimo de carisma e identificação com o cidadão médio.

Debord (1997, p.28) de forma pontual, já afirmara que a tão evidente perda de qualidade, em todos os níveis, dos objetos que a linguagem espetacular utiliza e das atitudes que ela ordena apenas para traduzir o caráter fundamental da produção real que afasta a realidade: a forma-mercadoria é a igualdade confrontada consigo mesma, a categoria do quantitativo.

A *Agenda-Setting* - que se apresentará a seguir como uma forma de ingerência na vida do cidadão - alcança o cotidiano da população e dita o rumo de sua pauta diária. A mídia de massa, preocupada com a quantidade de informação a ser despejada, carece de qualidade e veracidade jurídica. A busca do lucro é a busca pela quantidade de informações, em detrimento da qualidade.

Habermas (2003, p. 2017) quando se refere a sociedade burguesa e seu impacto na imprensa, esta última voltada antes exclusivamente para a *agenda* política, afirma que a reorganização de certas empresas sobre uma base exclusivamente comercial podia representar tão somente uma simples possibilidade de lucros, tornando isso uma necessidade aos editores. Dito isso, há tempos o tino comercial da imprensa resta evidenciado, em detrimento da real busca pela verdade ou o primor pela qualidade da informação.

Ao pautar-se em uma *agenda* voltada ao crime e o criminoso, a mídia televisiva de massa dita o rumo cognitivo do cidadão, levando este a criar falsas expectativas e aderir a



pré-conceitos. Os objetivos do presente artigo é traçar um paralelo entre mídia de massa, sua agenda criminal e o punitivismo verificado na sociedade. A metodologia pauta-se na análise bibliográfica sobre o tema, bem como contatações empíricas dos programas policiais populares na programação atual das emissoras.

Com isso, nasce no cidadão o desejo por punição e, através das manchetes apresentadas pelos programas policiais populares, os quais distorcem a realidade e aterrorizam a sociedade, utilizam-se de discursos que disseminam o medo e difundem a ideia de exclusão dos *inimigos*, bem como deturpam valores éticos, morais e preceitos constitucionais.

## 1 O CRIME COMO ESPETÁCULO MIDIÁTICO CONTEMPORÂNEO

Há tempos, a apresentação, o debate e a notícia de crimes, é algo que envolve a população e desperta sua curiosidade. A dor, o sofrimento, a pena capital e a vingança como castigo seduzem o cidadão e propulsiona a ânsia da grande mídia na divulgação do tema. Nem mesmo os mais otimistas poetas e artistas ocidentais imaginavam que a televisão seria um “*gigante tímido*” e, conforme preconiza McLuhan (2007, p. 354), deixou a todos despreparados para ver a materialização da sinestesia que unifica os sentidos e a vida imaginativa através da televisão e do rádio.

Os meios de comunicação direcionaram seus espaços da programação, que antes eram repletos de notícias, esportes e variedades, para uma agenda voltada exclusivamente à difusão do crime como mercadoria, como espetáculo passível de venda aos seus consumidores. Facilmente vai de encontro a Niklas Luhmann (2005, p. 53.), quando afirmara que os meios de comunicação divulgam a ignorância dos fatos que precisam ser continuamente renovados.

Com isto, não há mais a necessidade das mídias – aqui delimitando o recorte nas mídias televisionadas – de promover e deixar claro ao seu consumidor (sendo este o público que assiste e consome tal produto televisivo) entre notícias e entretenimento, pois, atualmente, a apresentação do crime como produto mercantil torna o espetáculo gracioso e de fácil acesso, independente se as notícias ou fatos apresentados são verdadeiros ou falsos, mas que estes atraiam o público e, finalmente, aos anunciantes e sua fortuna disponível.

Bastou-se, como o próprio Luhmann (2005 p. 53) afirmou, a invenção de um estilo apropriado, onde a sugestão de uma continuidade que partisse do mais recente estado das

coisas e, passando pelo presente, chegasse ao futuro iminente, de tal forma que ficasse ao mesmo tempo evidente que pessoas ainda se interessariam pela informação.

No mesmo instante, nos torna aparente que a mídia televisada encontrou sua forma de propagação do produto crime, materializado em seus “programas especializados” em agendas policiais.

O crime e o criminoso ainda fascinam. O noticiário delitivo, das “páginas vermelhas”, de sangue, possui uma substância dramática e cria estereótipos que diferenciam o homem bom do homem mau. (VIEIRA, 2013, p. 18).

Os fatos delituosos são informações de fácil acesso e, aliada ao reforço da difusão diária dessas notícias, a absorção torna-se simplificada e atinge uma grupo maior de receptores. A transgressão à norma penal torna-se notícia de fácil compreensão entre a população média. O curso superior e o conhecimento técnico não são mais necessários para que um cidadão possa discutir entre seu seio familiar acerca de crimes e legislações complexas.

*A transmissão de transgressões penais e crimes horrendos através da mídia televisiva pode produzir o sentimento geral de que todos foram atingidos e estão indignados. Quando se noticiam tais transgressões à normativas penais, isso reforça, por um lado, a indignação popular e, assim, de forma indireta, a própria norma e, por outro lado, também aquilo que se chama de “ignorância pluralista”<sup>1</sup>, que, por assim dizer, o desconhecimento da normalidade do desvio. (LUHMANN, 2005, p. 61).*

O crime é selecionado e apresentado em noticiários específicos, criados com o intuito de promover o espetáculo, onde o apresentador torna-se o portador da efetiva justiça e sua conduta opinativa tem o condão de elevar a credibilidade do caso em apreço. Neste fluxo, o julgamento moral é adicionado ao teatro, onde o criminoso – *que assumimos aqui serem seres humanos dotados de direitos fundamentais insculpidos nas Constituições dos Estados soberanos – passa a ser desrespeitado e desvalorizado.*

Com essa retórica, os meios de comunicação tem importante função na reprodução e propagação de valores morais, determinando as bases éticas a serem aceitas na contemporaneidade.

---

<sup>1</sup> A este respeito, **Heinrich Popitz**. *Über die Präventivwirkung des Nichtwissens: Dunkelziffer, Norm und Straf* (Sobre o efeito preventivo do desconhecimento: cifras obscuras, norma e punição). Tübingen, 1968. Na obra, Popitz afirma que quando se inclui nisso o noticiário mediático de casos individuais, tal fato surge que especialmente a escandalização de casos isolados leve a que a difusão de tais comportamentos seja subestimada e que a atenção acabe se voltando antes à própria norma.



Nesse sentido, se mostra às claras a espiral do silêncio<sup>2</sup> - Die Schweigespiral - apresentada por Elisabeth Noelle-Neumann. A autora acredita que o aumento da pressão faz com que o indivíduo pense que suas visões ou opiniões são a minoria, estão em menor tamanho e relevância (*The increasing pressure people feel to conceal their views when they think they are in the minority*<sup>3</sup>).

Com isso, percebe-se que, se a mídia televisiva transmitiu o fato como correto, errado estaria se insurgir contra tal informação. Que um indivíduo tente se opor a uma dessas manifestações coletivas, como afirma Durkheim (2007, p. 05): os sentimentos que ele nega se voltarão contra ele.

A consequência da agenda criminal se faz nítida no medo e temor inculcado na população, e, como aponta Bauman (2008, p. 12), novos perigos são descobertos e anunciados quase diariamente, e não há como saber quantos mais, e de que tipo, conseguiram escapar à nossa atenção – preparando-se para atacar sem aviso.

O meios de comunicação televisionados, que na busca de audiência e na clara deturpação da legislação criminal e dos valores morais contemporâneos, utilizam-se deste fenômeno midiático criminal como produto a ser ofertado ao público (BOURDIEU, 1997, p. 65) e acaba por encontrar no cidadão e na opinião pública<sup>4</sup> a receptividade e o carisma da notícia, criando uma espiral a partir do medo e da insegurança coletiva, gerando a revolta e abrindo o leque da vingança como forma punitiva.

Teria, assim, a mídia televisionada o poder de influenciar as conversas diárias dos cidadãos? Através da investigação empírica realizada por pesquisadores norte-americanos, levantou-se que esta possibilidade é viável, detendo, desta forma, a mídia acesso à vida e pauta cotidiana do assunto a ser proposto pelo cidadão, através do que se apresentou como a *Agenda-Setting*.

## 2 A AGENDA-SETTING E A MÍDIA DE MASSA NO DIREITO PENAL

Quando se foca na pesquisa da comunicação em massa e seus efeitos diários no cidadão e no seu conhecimento, acaba-se por investigar o alcance da mídia televisiva na vida cotidiana do indivíduo.

<sup>2</sup> *The term spiral of silence refers to the increasing pressure people feel to conceal their views when they think they are in the minority.*

<sup>3</sup> Spiral of Silence of Elisabeth Noelle-Neumann. Disponível em <http://www.afirstlook.com/docs/spiral.pdf>

<sup>4</sup> Elisabeth Noelle-Neumann define opinião pública como “Attitudes one can express without running the danger of isolating oneself; a tangible force that keeps people in line”.



Questiona-se, assim, se a televisão e sua programação reiterada de determinado assunto teria o condão de influenciar a pauta das conversas diárias entre os cidadãos. Um estudo fora realizado, à época, por dois jovens professores norte-americanos, Maxwell McCombs e Donald L. Shaw. O artigo *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, foi publicado em 1972 no periódico *Public Opinion Quarterly* e deu origem aos estudos que se fundam até hoje.

A partir dos primeiros ensaios, os resultados confirmaram a hipótese<sup>5</sup> de que os meios de comunicação agendariam (ditariam o rumo, pautariam) os temas os quais os cidadãos considerariam como os mais importantes. Com isso, estava cunhada a hipótese do agendamento ou, de maneira mais difundida, a *Agenda-setting*.

Na pesquisa realizada, McCombs e Shaw se convenceram que os sete temas listados pelo público como mais relevantes eram influenciados pelo padrão de cobertura noticiosa do jornal local.

Davi de Castro (2014, p. 05) de forma assertiva, afirma que a função de agendamento foi definida, então, pela capacidade dos meios de comunicação de massa em dar ênfase a determinado tema e pela possibilidade de os indivíduos incluírem esse tema em sua lista de prioridades após a influência recebida pelo meio de comunicação.

Com isso, surge o elo entre a *Agenda-Setting*, a mídia televisiva de massa contemporânea e sua agenda criminal, voltada para a busca da audiência através da prática mercantil de elevar – ou rebaixar – o direito penal como produto televisivo.

Não é raro que os programas televisivos voltados a difundir o crime e o criminoso como mercadoria pautem suas agendas em apresentar a violência urbana como escopo para o espetáculo. É uma mercadoria de fácil absorção e que gera no espectador o sentimento de revolta e o dever de tecer seus comentários, levando este, de forma intrínseca, a pensar que de alguma forma está contribuindo para o bem da sociedade.

Os programas policiais “populescos” e o poder da comunicação de massa, com grande alcance e poder técnico, são uma verdadeira propaganda *völkisch*<sup>6</sup>, e tem a plena

<sup>5</sup> Na época de sua publicação, considerada como uma hipótese. Mas já há autores que identificam a *Agenda-Setting* como uma teoria. Nesse sentido, **Davi de Castro**: “Nessa perspectiva, acreditamos que o modelo de *Agenda-setting* tenha alcançado status de teoria, constituindo um corpus consistente de tradição de pesquisa, apesar de sua dispersão. Mais recentemente, alguns autores, como McCombs (2004), Temer e Nery (2012), passaram a nomear a então Hipótese de *Agenda-setting* como Teoria da Agenda. De acordo, propomos a adoção dessa terminologia em referência ao modelo teórico aqui estudado, reforçando sua condição enquanto teoria.”

<sup>6</sup> Costuma ser traduzida do alemão como “populista”, especialmente na Europa e Estados Unidos. Numa tradução mais técnica e correta, podemos nos remeter a palavra “popularesco”. Desta forma, trata-se de uma propaganda que subestima a população com o intuito de obter sua simpatia de modo demagógico. Em ZAFFARONI, p.57.

capacidade de definir itens para a agenda pública e ditar os rumos da cognição do cidadão médio exposto a este tipo de informação.

Na contemporaneidade, verifica-se que os assuntos relacionados a criminalidade dominam a pauta de conversas entre os cidadãos. Com isso, a *Agenda-Setting Criminal* é cada vez mais difundida nos meios de comunicação televisivos, influenciando diretamente na formação da opinião e dos valores morais e éticos da população.

Com o mundo globalizado e sua nítida sociedade consumista, os meios de comunicação televisivos são utilizados como meio para difundir valores morais e na construção da opinião do cidadão. Não se nega que adjetivos e títulos como “o monstro da UTI”, “o maníaco do parque”, “matou e queimou a esposa” são atrativos para o espectador, que se julga apto a opinar sobre o direito penal pátrio.

Nesse prisma, a criminalidade e o fato criminoso, o medo de ser a próxima vítima de um crime ou o simples prazer da apresentação de um teatro criminal, transformam-se em produto mercantil da grande mídia televisiva, razão pela qual a imagem pública dessa mercadoria é traçada de forma espetacular e onipresente, superando, não raro, a fronteira do que é passível de constatação empírica (ALBRECHT, 2000).

Os meios de comunicação televisivos, quando selecionam os fatos criminosos como fonte de informações verossímeis, estão também direcionando quais informações e pessoas serão importantes em relação ao fato apresentado como notícia, explicando e interpretando a realidade fática ao espectador. A *Agenda-Setting Criminal* se materializa e Bertrand (1999, p. 53) sintetiza que inegavelmente, a mídia determina a ordem do dia da sociedade: ela não pode ditar às pessoas o que pensar, mas decide no que elas vão pensar.

Torna-se factível que a mídia tem a força em ditar os rumos da pauta cognitiva do cidadão, através de sua *Agenda-Setting Criminal* voltada ao mercantilismo das informações. Há mais de 20 anos, Schecaira (1996, p. 16) já entendia que a mídia é uma fábrica ideológica condicionadora, pois não hesitam em alterar a realidade dos fatos criando um processo permanente de indução criminalizante. Destaca que:

Zaffaroni e Cervini (...) destacam que os meios de comunicação de massas, ao agirem dessa forma, atuam impedindo os processos de descriminalização de condutas de bagatela (por exemplo), incentivando a majoração de penas, constituindo-se, pois, num dos principais obstáculos à criação de uma sociedade democrática fundada nos valores de respeito aos direitos dos cidadãos e da dignidade humana.

Com a propagação da *Agenda-Setting Criminal*, os meios de comunicação televisivos, através de seus programas policiais duvidosos, passam a disseminar o medo e a insegurança no cidadão.



Com isto, o espectador contaminado pela informação recebida, e manipulado através do desvirtuamento do senso comum e dos valores morais e éticos, introduz o medo, o crime e o direito penal na sua vida cotidiana, propagando informações carentes de credibilidade e difundindo a injustiça. Ao reproduzir este medo, os meios de comunicação utilizam seu poder através do discurso, impondo um terror social, omitindo muitas vezes a realidade (BOLDT, 2013, p. 96).

A *Agenda-Setting* e a crescente utilização mercantil do direito penal, do medo e da criminalidade, cria o anseio do cidadão pela busca do poder punitivo e transformam os meios de comunicação de massa em agências que, na sociedade contemporânea, representam uma espécie de, conforme Nilo Batista (2009, p.19), *privatização parcial do poder punitivo*.

Difundido diariamente pela mídia televisiva através de sua *Agenda-Setting Criminal* e utilizando como meio os programas policiais populares, o direito penal e a ânsia punitiva está no cotidiano e na pauta das conversas do cidadão.

Desta maneira, como se verá adiante, o cidadão – *mesmo se após ser submetido ao rito de uma ação penal com suas garantias constitucionais e ter sido absolvido de seus atos* – acaba sendo transformado em *inimigo* da sociedade, apenas por figurar no noticiário apresentado pela *Agenda-Setting Criminal* na atualidade.

### 3 A TRANSFORMAÇÃO DO CIDADÃO EM INIMIGO E A EXPANSÃO PUNITIVA

Hanna Arendt (2014, p. 18) versava que a violência abriga em si mesmo um elemento adicional de arbitrariedade; em nenhum outro lugar como a fortuna, a boa ou má sorte, representa um papel mais fatídico nos negócios humanos do que no campo de batalha.

A violência como produto mercantil levou a mídia de massa a direcionar sua programação para uma *Agenda-Setting Criminal*, apresentando o direito penal como forma de atrair espectadores e, como consequência, seus anunciantes.

Neste fluxo de pensamento, o cidadão médio – agora como o consumidor do produto – passou a se portar como uma mola propulsora da (in)justiça criminal, pois, em seu crivo de homem médio, a punição é a maneira mais eficaz para dar fim àquelas notícias sobre crimes e violência, onde o *apresentador-ator* e sua retórica, tornam o crime e o criminoso como fonte de sua inspiração teatral. O criminoso passou a ser um *inimigo* a ser combatido.





O jurista alemão Günther Jakobs levantou a ideia sobre um direito penal que apresentaria conforto notável à sociedade, garantindo uma atuação estatal firme, desenhando um modelo que se julga correto para combate aos agentes transgressores da norma legislativa vigente. Segundo Jakobs (2009, p. 38), o Estado elimina direitos de modo juridicamente ordenado.

A tese desenvolvida pelo autor alemão, batizada de direito penal do inimigo - *Feindstrafrecht*, versava sobre a aplicação de normas mais severas que as vigentes, e, por conseguinte, a flexibilização de direitos e garantias fundamentais, incluindo-se as garantias processuais, atuando o Estado não contra um agente que transgredir a norma mas, de forma rígida, insurgindo-se contra este como um inimigo declarado.

A aglutinação da *Agenda-Setting Criminal* e de um direito penal do inimigo, é como se apresenta o direito penal aos olhos do cidadão médio. Neste passo, torna-se aceitável a vingança privada como valor ético e moral aceito, e, conforme Bourdieu (1997, p. 25), a televisão convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o caráter dramático, trágico.

Assim, o poder punitivo encontra lastro para sua expansão, sendo através do poder legislativo e sua confecção de leis midiáticas, seja pelo cidadão comum que, encantado pela apresentação teatral da violência e criminalidade, acaba por exercer suas razões de forma arbitrária e ilegal.

A mídia televisiva de massa atribui aos indivíduos o rótulo de criminosos ou delinquentes, bandidos ou *vagabundos*, o que soma, em demasia, para a criação de estereótipos referentes à criminalidade.

Dentro deste enfoque, insta frisar a influência da teoria criminológica do *Labelling Approach*, ou seja, Teoria do Etiquetamento Social, que defende serem o delito e o delincente consequências de um processo incriminatório, levado a cabo por aqueles que detêm o poder: neste caso, a mídia televisiva de massa através de sua programação e *Agenda-Setting Criminal*.

Direitos humanos é termo indesejável quando se trata de *Agenda-Setting Criminal*. Não se venera as garantias processuais e penais, mas sim, numa visão rasa atual, estas devem ser apenas aplicadas aos cidadãos de bem, não à *inimigos*.

Nilo Batista (1990, p. 138) apresenta que a imprensa tem o formidável poder de apagar da Constituição o princípio da presunção de inocência, ou, o que é pior, de invertê-lo. Não raras vezes, os acusados são tratados como condenados e sofrem a estigmatização do linchamento público sem que, ao menos, tenham qualquer possibilidade concreta de defesa.

É comum em conversas ou leituras de cunho policial deparar-se com termos como “*bandido bom é bandido morto*”, “*linchamento*”, “*justiça com as próprias mãos*”. A formação da opinião do cidadão médio se dá através da absorção de notícias apresentadas de forma a instigar a população a enxergar uma realidade criminal onde, muitas vezes, é inexistente ou não se amolda da forma exposta.

Quando da exploração da violência pela mídia televisiva de grande massa e a apresentação do suposto criminoso como *inimigo*, deve-se ter em mente que a própria vinculação da matéria e a exposição do indivíduo é, sem dúvidas, uma pena antecipada. O suposto criminoso é submetido a tamanha ingerência em sua vida privada que sua intimidade acaba por ser violada e sua integridade moral é ceifada.

A *expansão do direito penal* se apresenta notória quando linchamentos de supostos transgressores da norma penal são agraciados com vários minutos de notícia televisiva e vendida como produto mercantil, através de performances de *apresentadores-atores* dotados de discursos de ódio. A notícia televisiva transmitida aos espectadores se converte em pena ao suposto criminoso.

A *Agenda-Setting Criminal* infla o clamor popular pelo imediatismo punitivo e tem reflexos na produção legislativa. Busato (2013, p.41) já havia identificado que a legislação fabricada à medida dos acontecimentos, estabelecendo pena para as condutas ao sabor do clamor popular, não leva à igualdade e sim a uma nova forma de distorção já identificada como o fenômeno da neocriminalização, que de fato está ocorrendo na sociedade moderna.

Diante tais fatores, utilizando-se do espetáculo para apresentar a criminalidade e a violência para a sociedade, a mídia de massa e sua agenda criminal tem enorme influência sobre a vida cotidiana do cidadão e a opinião pública, formando o errôneo senso crítico na apresentação de seres humanos como *inimigos* a serem combatidos e segregados da vida comum.



## CONCLUSÃO

A população, dominada por ideologias midiáticas e a *Agenda-Setting Criminal* vendida pela grande mídia de massa através de programas televisivos de cunho policial, passa a exigir maior rigor na punição de supostos infratores, disseminando a falsa ideia de segurança e da aplicação da legislação penal, bem como pressiona os atores legislativos na feitura de leis.

Quando o medo e a violência se tornaram mercadoria rentável para os grandes meios de comunicação em massa, acaba por ditar os rumos da vida cotidiana do cidadão consumidor do produto. Desta maneira, o cidadão passou a exigir punições mais severas e imediatas, pelo fato de acreditar no que lhe é apresentado é fruto de uma violência sem fim – *punição esta que pode até mesmo partir do cidadão, em defesa de seus interesses que, de forma equivocada, a julga legítima.*

Não é a missão do direito penal atender ao clamor popular em seu imediatismo punitivo. A garantia constitucional ao pensamento e a livre manifestação, não devem ser utilizadas pelos grandes meios de comunicação de massa para persuadir, manipular e influenciar seus espectadores, pois isto gera um controle social e o sentimento de liberação da vingança privada.

A *Agenda-Setting*, quando se trata de temas e noticiários relacionados à violência ou crimes, não pode distorcer ou forjar realidades, difundir ideologias rasas ou respostas e sugestões ao combate a criminalidade sem verificação empírica, pois, deve a grande mídia de massa, ser responsabilizada pela criação manipulada da opinião pública das classes menos favorecidas, traduzida no desenvolvimento de uma sociedade perseguidora do imediatismo punitivo.

## REFERÊNCIAS

ALBRECHT, Peter-Alexis. **El derecho penal en la intervención de la política populista. La insostenible situación del Derecho Penal**. Granada: Instituto de Ciencias Criminales de Frankfurt. Área de Derecho Penal de la Universidad Pompeu Fabra, 2000.

**ARENDT, Hannah. Sobre a violência. 5ª Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.**

BATISTA, Nilo. **Mídia e Sistema Penal no Capitalismo Tardio**. Disponível em: <http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/13245-13246-1-PB.pdf>. Acesso em: 05.07.2017.

\_\_\_\_\_. **Punidos e mal pagos: violência, justiça, segurança pública e direitos humanos no Brasil de hoje**. Rio de Janeiro: Revan, 1990.

BAUMAN, Zygmunt. **Medo líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BERTRAND, Claude-Jean. **A deontologia das mídias**. Bauru: EDUSC, 1999.

BOLDT, Raphael. **Criminologia midiática: Do discurso punitivo à corrosão simbólica do Garantismo**. Curitiba: Juruá, 2013.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BUSATO, Paulo Cesar. **Fundamentos para um direito penal democrático**. 4ª ed. – São Paulo: Atlas, 2013.

CALLEGARI, André Luis. WERMUTH, Maiquel Ângelo Dezordi. **Deu no jornal: Notas sobre a contribuição da mídia para a (ir)racionalidade da produção legislativa no bojo do processo de expansão do direito penal**. Revista Liberdades IBCCRIM, nº 2: Setembro - Dezembro de 2009. Disponível em [https://www.ibccrim.org.br/revista\\_liberdades\\_artigo/18-ARTIGO](https://www.ibccrim.org.br/revista_liberdades_artigo/18-ARTIGO)

CASTRO, Davi de. **Agenda-setting: hipótese ou teoria? Análise da trajetória do modelo de Agendamento ancorada nos conceitos de Imre Lakatos**. Revista Intexto, Porto Alegre, UFRGS, n. 31, dez. 2014.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DURKHEIM, Émile. **As regras do método Sociológico. 3ª Ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2007.**

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

JAKOBS, Günther; MELIÁ, Manuel Cancio. **Direito penal do inimigo: noções e críticas**. Trad. André Luís Callegari e Nereu José Giacomolli. 4 ed. Porto Alegre. Livraria do Advogado, 2009.

MCCOMBS, M. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2004.

MCCOMBS, M.; SHAW, D. **The agenda-setting function of mass media**. Public Opinion Quaterly, v. 36, n. 2, p. 176-182, 1972.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007.



LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

SHECAIRA, Sérgio Salomão. **A mídia e o Direito Penal**. **Boletim IBCCRIM**. São Paulo, n.45, ago.1996.

VIEIRA, Ana Lucia Menezes. **Processo penal e mídia**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003.

ZAFFARONI, Eugênio Raúl. **O inimigo no Direito Penal**. Tradução de Sérgio Lamarão. 2<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Revan, 2007