



POPULISMO PENAL E A MANIPULAÇÃO DA VERDADE: A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NO PROCESSO LEGISLATIVO BRASILEIRO

CRIMINAL POPULISM AND THE MANIPULATION OF TRUTH: THE INFLUENCE OF THE MEDIA ON THE BRAZILIAN LEGISLATIVE PROCESS

Ana Glória Silva de Alcântara¹
Djamara Secundo Oliveira²
Éverton Machado Pereira³

RESUMO

A problemática enfrentada nesta pesquisa, se dá em como entender como o populismo penal midiático influencia a agenda criminal legislativa no Brasil. O objetivo geral é analisar a relação entre a mídia, o populismo penal e o processo legislativo, buscando compreender como a opinião pública moldada pelos meios de comunicação impacta a criação de leis penais. A estrutura do trabalho divide-se em três tópicos: o primeiro explora a formação do senso comum e a verdade, conceitos fundamentais para entender como a mídia influencia a opinião pública. O segundo tópico analisa as relações entre a mídia e o direito, destacando como a indústria midiática, ao selecionar e moldar notícias, exerce influência sobre a sociedade e, consequentemente, sobre o legislativo. O terceiro tópico foca no impacto do populismo penal, mostrando como a criação de leis muitas vezes visa agradar a opinião popular sem uma fundamentação técnica adequada, resultando em legislação ineficaz. A metodologia utilizada é qualitativa, com base em pesquisa bibliográfica e exploratória. A escolha do método fenomenológico Arendtiano se justifica pela sua abordagem crítica à formação da opinião pública e sua relação com a verdade factual e racional. Arendt oferece ferramentas para compreender como as narrativas midiáticas podem manipular a percepção da verdade, o que afeta diretamente a legislação penal.

Palavras-chave: Populismo Penal; Mídia; Processo Legislativo; Opinião Pública.

ABSTRACT

The problem faced in this research involves understanding how media criminal populism influences the legislative criminal agenda in Brazil. The general objective is to analyze the relationship between the media, criminal populism and the legislative process, seeking to understand how public opinion shaped by the media impacts the creation of criminal laws. The structure of the work is divided into three topics: the first explores the formation of common sense and truth, fundamental concepts for understanding how the media influences public opinion. The second topic analyzes the relationship between the media and the law, highlighting how the media industry, by selecting and shaping news, exerts influence on society and, consequently, on the legislature. The third topic focuses on the

¹ Graduanda em Direito pela UNINTA Tianguá, aglorialcantara@gmail.com

² Mestranda em Filosofia, Especialista em Direito do Trabalho e Processo do Trabalho, Bacharel em Direito e em Relações Internacionais. djamara.secundo@gmail.com

³ Mestre e professor do curso de Direito da UNINTA Tianguá, everton.machado@fied.edu.br



impact of criminal populism, showing how the creation of laws often aims to please popular opinion without an adequate technical foundation, resulting in ineffective legislation. The methodology used is qualitative, based on bibliographic and exploratory research. The choice of the Arendtian phenomenological method is justified by its critical approach to the formation of public opinion and its relationship with factual and rational truth. Arendt offers tools to understand how media narratives can manipulate the perception of truth, which directly affects criminal legislation.

Keywords: Penal Populism; Media; Legislative Process; Public opinion.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca compreender a influência do populismo penal midiático na produção legislativa do Brasil. Considerando que o sistema jurídico brasileiro é essencialmente positivista, o estudo da legislação é de extrema importância para a compreensão deste, por isso se estudará o que influencia a criação das leis.

A mídia sempre foi extremamente relevante para a constituição das sociedades, com a função de passar adiante acontecimentos e opiniões relevantes. Atualmente, com a expansão da internet e outros meios de comunicação, essa indústria cresceu e faz parte do dia a dia dos indivíduos, sendo notável a relevância desta para a construção da vontade popular e do senso comum. Outrossim, ressalta-se o uso do termo “indústria” ao se referir ao complexo midiático, já que este é um setor econômico e comercial que, além de cumprir sua função social de informar, também visa o lucro.

Ao se analisar a influência da mídia no direito é indispensável destacar o conceito de populismo penal, que é uma forma de usar de meios populares para expandir a ideia de que a punição penal é a melhor e principal forma de resolução de conflitos sociais relacionados à segurança pública; ele pode se expressar de duas principais formas: através da mídia e através da legislação.

A questão central da pesquisa é que: no lugar de legislar a partir de um plano de segurança pública estudado e estruturado, os legisladores se valem do populismo e editam as leis que agradarão a vontade popular. Dessa forma, cria-se um arcabouço legal baseado em achismos e que não é eficaz.

É inegável a relevância da mídia para a sociedade contemporânea, ela funciona como agente social responsável por passar a diante fatos, informações e opiniões relevantes ao público geral, dessa forma, tem função social de grande e significativo valor. Ela está presente no dia a dia de todos, e ajuda a população a entender o que está acontecendo no mundo e, conseqüentemente, a formar opiniões. Dessa forma, é notório que existe grande relevância dela para que a sociedade note quais bens jurídicos seriam importantes de se tutelar e a forma que eles deveriam ser protegidos, assim, os legisladores que se interessam



em agradar seus eleitores buscam transformar essas vontades em leis. Neste ponto pode surgir um problema, já que a indústria midiática se torna peça-chave para a construção da opinião popular.

Através desta pesquisa se objetiva entender as relações que envolvem o populismo penal correlacionando a agenda legislativa aos temas e assuntos abordados pela mídia, buscando compreender a influência desta e da opinião pública no processo legislativo penal. Para isso será necessário: entender as dinâmicas da mídia brasileira no que se refere a matéria criminal, estudar as relações que envolvem o populismo penal e seus desdobramentos na esfera legislativa e, por fim, analisar a agenda legislativa brasileira no que concerne a matéria penal de forma a correlacionar e entender a relação entre as dinâmicas sociais midiáticas e os temas abordados pelos legisladores.

Ao se analisar o objeto de pesquisa e os possíveis resultados a serem obtidos, decidiu-se utilizar as metodologias: qualitativa, bibliográfica e exploratória. Para esta escolha, se considerou a multifatorialidade do objeto de pesquisa e a complexidade das relações sociais que o envolvem. A escolha do método fenomenológico Arendtiano se justifica pela sua abordagem crítica à formação da opinião pública e sua relação com a verdade factual e racional. Além disso, a presente pesquisa tem o objetivo de aprimorar o conhecimento científico sobre o tema e para isso, será necessária a flexibilidade e a intuitividade para adequar a pesquisas às dificuldades encontradas no processo⁴.

Inicialmente se analisará o senso comum considerando a mídia como parte fundamental para sua construção, a partir daí será discutido o conceito de verdade e as consequências de sua relativização. Isto para, por fim, relacionar estes conceitos com a realidade brasileira de produção legal criminal, que, em tese, está envolta pelo populismo e tende a ser feita de forma simples e sem fundamentação acadêmica.

1 FORMAÇÃO DO SENSO COMUM E VERDADE

Quando se discute sobre relações sociais que envolvam opinião dois conceitos são extremamente relevantes de se analisar: o senso comum e a verdade, aquele porquê pode ser considerado o alicerce da opinião e esta por conta da necessidade de clareza dos fatos sobre os quais a opinião se origina.

⁴ GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007.



Para se entender sobre a influência da mídia na formação do senso comum primeiramente é necessário elucidar os conceitos de público e massa, diferenciando a opinião pública do senso comum. O público é uma união de pessoas estimuladas a se juntar por um mesmo motivo, segue uma organização e há possibilidade de existir uma liderança, entretanto, tem seus membros dispersos geograficamente, quando esse grupo expressa um pensamento crítico, este é intitulado de opinião pública.⁵

Já a massa é formada por um número grande de pessoas que não se conhecem e estão dispersas geograficamente, não agem de forma organizada e não são autônomos, ou seja, recebem pacificamente as informações e não participam diretamente de debates ou expressam juízo de valor sobre as opiniões.⁶

Veja-se:

O conceito de opinião pública por vezes se confunde com a ideia de senso comum ou com as diretrizes dos sujeitos para a condução e o direcionamento de uma sociedade. De modo mais simplificado, trata-se do comportamento e da reação de grande parte da sociedade diante de um fato, de um acontecimento.⁷

Portanto, fica claro que os conceitos de opinião pública e senso comum não são sinônimos e não se confundem, tendo em vista que a opinião surge a partir do pensamento crítico e o senso comum, normalmente atribuído às massas, é absorvido sem que haja criticidade.

É importante conceituar adequadamente o senso comum, observa-se que ele:

(...) a) traduz uma consciência difusa e não tematizada, situando-se aquém da prova, da verificação e da sua própria definição, não sendo por isso completamente redutível aos juízos que o explicitam; b) corresponde a uma disposição de resistência a tudo o que parece contraintuitivo, aspecto corroborado pelo seu limitado poder de abstração; c) expressa-se em práticas comuns, recorrentes, indefinidamente repetidas e em larga medida transhistóricas; d) tende, não obstante esta vocação para a inércia, a estimular estéticas de inquietude e de aparente acolhimento do múltiplo; e) tende, porém, em paralelo, a produzir uma subsunção da diversidade à unidade, reportando a dispersão a formas de identidade.⁸

⁵ ALMEIDA, Clarisse M.; JUSKI, Juliane R.; SILVEIRA, Guaracy C.; et al. **Teoria da opinião pública**. Porto Alegre: SAGAH, 2019. *E-book*. ISBN 9788533500112. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788533500112/>. Acesso em: 04 out. 2024.

⁶ Idem

⁷ Ibidem, p. 19

⁸ MARTINS, Rui Cunha. **Expectativa, senso comum e decisão** (uma incursão teórica a montante da moral). Revista *Duc In Altum-Caderno de Direito*, vol. 4, nº 1, jan-jun. 2012. Disponível em: <https://revistas.faculdedamas.edu.br/index.php/cihjur/article/view/110/102>. Acesso em: 04 out. 2024.



Dessa forma, entende-se que o senso comum é marcado pela consciência difusa, a resistência ao diferente e é reafirmado no cotidiano. É notado um paralelo entre o conceito de senso comum e o conceito sociológico do fato social, elaborado por Durkheim, que é caracterizado por ser: coercitivo, já que o indivíduo é obrigado a o praticar; geral, pois se aplica a todos e exterior, visto que não nasce no âmago do indivíduo, vem de fora.⁹ Aqui, se estudará a característica da exterioridade do senso comum, no que se refere a mídia como agente externo que o forma e o lapida.

De acordo com Alves “O ato de informar vincula-se ao ato de formar.”¹⁰ Considerando o contexto brasileiro em que uma significativa parcela da população é carente e possui baixa escolaridade¹¹, a mídia assume o papel de agente social responsável por transmitir informações e formar opiniões.

A presença onisciente da mídia faz com que o consumo de informações através dela seja naturalizado e comum para o dia a dia da sociedade, fazendo com que as informações entrem inconscientemente no pensamento dos indivíduos, pois se traduzem através de “(...) frases que, repetidas à exaustão nos noticiários de jornais e telejornais, nas revistas, em conversas, ganham estatuto de verdade(...)”.¹² Assim é construído o senso comum, um conceito que depois de tanto ser repetido é considerado absoluto e incontestável.

As críticas aqui residem no fato de que a mídia tem o papel social de informar, entretanto “Ao pautar uma matéria, a mídia, ao mesmo tempo que apresenta e representa determinados acontecimentos, mediados por sua versão dos fatos, está silenciando outros.”¹³ . Ao passar adiante uma versão lavada e editada dos fatos, a mídia deixa de cumprir sua função social para exercer o papel de mercantilizadora dos fatos. “É dizer, a mídia oferece, antes de tudo, um produto”.¹⁴

Deste modo, fica claro que de acordo com as imagens e fatos apresentados nas notícias, a realidade se cria no imaginário da massa, de modo que tudo o que é mostrado

⁹ DURKHEIM, Émile. *As regras do método sociológico*. 9ªed. Lisboa: Editorial Presença. 2004.

¹⁰ ALVES, L. A Mídia Como Agente Operador do Direito. *Revista FIDES*, v. 2, n. 1, 28 dez. 2017, p.191.

¹¹ De acordo com dados do Instituto Brasileiro De Geografia E Estatística (IBGE), em 2023 apenas 54,5% da população brasileira concluiu o ensino médio.

¹² PORTO, M. S. G. *Mídia, segurança pública e representações sociais*. *Tempo Social*, v. 21, n. 2, 2009, p. 215.

¹³ PORTO, M. S. G. *Mídia, segurança pública e representações sociais*. *Tempo Social*, v. 21, n. 2, 2009, p. 217.

¹⁴ LIMA, Igor Raphael Nascimento. *Mídia, opinião pública e segurança jurídica no processo penal: Garantismo para alguns ou direito penal do inimigo para alguns?* Orientador: Henrique Ribeiro Cardoso 2023. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2023. p. 83.



passa a ser considerado verdade, o que leva ao questionamento sobre o real sentido da verdade. Pois, se o que é mostrado pela mídia não corresponde à totalidade dos fatos, sobre o que se constrói a verdade?

Hannah Arendt dedicou-se aos estudos da filosofia política buscando entender as dinâmicas de poder, em um de seus ensaios questionou e discorreu sobre a verdade na política, é o que se tratará a seguir:

Para entender a verdade, não se pode delimitar ao sentido do termo no dicionário ou ao que é comumente entendida¹⁵, a verdade, filosoficamente entendida necessita da reflexão de diversos aspectos, é diferente o entendimento da verdade pelo filósofo e pelo cidadão comum. Surgem, portando duas categorias de verdade: a verdade racional ou filosófica e a verdade factual¹⁶, a primeira é caracterizada pelo pensamento, enquanto a segunda se baseia em fatos, servindo de base para as opiniões. No trecho a seguir as duas são explicadas:

A verdade racional ilumina o entendimento humano, e a verdade de facto deve servir de matéria às opiniões, mas estas verdades, ainda que não sejam nunca obscuras, não são transparentes por isso, e está na sua própria natureza recusar--se a uma elucidação ulterior, como é da natureza da luz recusar-se a ser iluminada.¹⁷

Além disso, Arendt¹⁸ trabalha com a perspectiva de que o ser humano não é capaz de entender a completude da verdade, pois é limitado aos sentidos, por isso, se abrem diversas portas para o debate político.

A partir da análise histórica, a autora entende que o conflito entre a verdade racional e a opinião, outrora comum na estrutura social, já deveria ter acabado, entretanto, concluiu que: quando esta verdade entra em conflito com interesses de determinados grupos, ela vira uma opinião, por isso, o debate acadêmico sobre a verdade ganhou outros rumos e ainda não se exauriu.¹⁹ Vejamos o seguinte trecho:

O que parece ainda mais perturbante é que as verdades de facto incômodas são toleradas nos países livres, mas ao preço de serem muitas vezes, consciente ou inconscientemente, transformadas em opiniões - como se factos como o apoio de Hitler pela Alemanha ou o desmoronamento da

¹⁵ ARENDT, Hannah. Verdade e Política. *The New Yorker*. 1967. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5144219/mod_resource/content/0/ARENDR%2C%20Hanna%20%281967%29%20Verdade%20e%20pol%C3%ADtica.pdf Acesso em: 13 set. 2024.

¹⁶ idem

¹⁷ Ibidem, p. 14

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ ARENDT, Hannah. Verdade e Política. *The New Yorker*. 1967. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5144219/mod_resource/content/0/ARENDR%2C%20Hanna%20%281967%29%20Verdade%20e%20pol%C3%ADtica.pdf Acesso em: 13 set. 2024.



França diante dos exércitos alemães em 1940, ou a política do Vaticano durante a segunda guerra mundial, não fossem da ordem da história mas da ordem da opinião.²⁰

Assim, nota-se a possibilidade de relativização da verdade, já que conceitos e informações cientificamente verdadeiros podem ser etiquetados como opiniões²¹. Isto acontece, pois, “a verdade de facto não é mais evidente que a opinião, e essa é talvez uma das razões pelas quais os detentores de opinião consideram relativamente fácil rejeitar a verdade de facto como se fosse uma outra opinião.”²²

Aqui encontra-se a questão cerne no debate sobre a verdade: a possibilidade de relativização desta. Em uma análise política, é de extrema importância notar essas estratégias, pois a opinião é o alicerce de todo poder e ninguém consegue chegar a ele se não tiver o apoio daqueles que compartilham da mesma visão.²³

Para falar da verdade, precisamos tratar da sua figura antagônica: as mentiras. “(...) precisamente porque são muitas vezes utilizadas como substitutos de meios mais violentos, podem facilmente ser consideradas como instrumentos relativamente inofensivos do arsenal da acção política.”²⁴

Em seus estudos, Hannah Arendt questionou se as mentiras (ou a ausência da verdade) seriam essenciais ao debate político. A conclusão que chegou foi que estes são meios necessários para a ascensão de um indivíduo ao poder político, de forma que, até aquele que fala a verdade de fato precisa se utilizar de estratégias para conseguir persuadir e mostrar por que a sua verdade é a que melhor serve aos interesses da população.²⁵

Isto pois “Enquanto o mentiroso é um homem de acção, o que diz a verdade, quer diga a verdade racional ou a científica, nunca o é.”²⁶, ou seja, enquanto a mentira é criada e deliberada da forma que melhor se adequa aos interesses do público-alvo desta, podendo ser utilizada de forma organizada, a fim de criar narrativas e manipular situações²⁷ a verdade é sempre como ela é, nem sempre agradando e se encaixando aos interesses de alguém.

²⁰ Idem, p. 10.

²¹ Vale ressaltar que as categorias “fatos” e “opiniões” não se revelam como antagônicas ou hierarquicamente diferentes, entretanto, não são iguais e devem ser tratadas de acordo.

²² Ibidem, p.15.

²³ Ibidem.

²⁴ Ibidem, p. 03.

²⁵ ARENDT, Hannah. Verdade e Política. *The New Yorker*. 1967. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5144219/mod_resource/content/0/ARENDR%2C%20Hanna%20%281967%29%20Verdade%20e%20pol%C3%ADtica.pdf Acesso em: 13 set. 2024.

²⁶ Idem, p. 20.

²⁷ Ibidem.



Os mentirosos modernos reorganizam os fatos para que suas narrativas façam sentido e sejam perfeitamente coerentes, diferente dos mentirosos tradicionais, que mentiam somente para seus inimigos, para os mentirosos modernos não basta ocultar a verdade, tem-se que criar uma outra realidade em que a mentira faz sentido.²⁸ Essa estratégia é, sobretudo, de caráter moral, já que aquele que acredita na própria mentira (ou que, pelo menos, aparenta acreditar) tem mais chances de ser creditado como somente mais uma vítima dela, caso a verdade se sobressaia. Como expôs Arendt²⁹, “(...) o brincalhão preso na sua própria mentira, que embarca no mesmo navio que as suas vítimas, parecerá infinitamente mais digno de confiança que o mentiroso de sangue frio que se permite saborear a sua farsa do exterior.” Por isso, os mentirosos habituais se utilizam da estratégia de se submergir na própria narrativa, para que não sejam considerados “mentirosos de sangue frio”, o que arruinaria suas imagens.

Como toda movimentação social de massa, o uso das mentiras possui consequências:

Por outras palavras, o resultado de uma substituição coerente e total de mentiras à verdade de facto não é as mentiras passarem a ser aceites como verdade, nem que a verdade seja difamada como mentira, mas que o sentido através do qual nos orientamos no mundo real - e a categoria da verdade relativamente à falsidade conta-se entre os recursos mentais para prosseguir esse objectivo - fique destruído.³⁰

Do trecho, depreende-se que a consequência do uso das mentiras não é a aceitação destas ou o descrédito das verdades, e sim o cinismo, a crença de que nada pode ser tido como verdade, “uma recusa absoluta de acreditar na verdade”³¹.

Então o que fazer para evitar essas consequências? Para a teórica a atitude a ser tomada politicamente deve ser de encontrar o equilíbrio entre dois extremos: de um lado a aceitação indiscriminada dos fatos, gerada por um comodismo e de outro a total aversão aos fatos, que poderia ocasionar na manipulação destes.³²

Essa discussão, no cenário contemporâneo, está marcada pela presença dos meios de mídia, além disso, como a manipulação das verdades influencia o cenário político, ela, por conseguinte, também influencia a construção das leis.

²⁸ Ibidem.

²⁹ Ibidem, p. 23.

³⁰ Ibidem, p. 25.

³¹ ARENDT, Hannah. Verdade e Política. *The New Yorker*. 1967. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5144219/mod_resource/content/0/ARENDR%2C%20Hanna%20%281967%29%20Verdade%20e%20pol%C3%ADtica.pdf Acesso em: 13 set. 2024. p. 25.

³² ARENDT, Hannah. Verdade e Política. *The New Yorker*. 1967. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5144219/mod_resource/content/0/ARENDR%2C%20Hanna%20%281967%29%20Verdade%20e%20pol%C3%ADtica.pdf Acesso em: 13 set. 2024.



2 COMPREENDENDO AS RELAÇÕES ENTRE A INDÚSTRIA MIDIÁTICA E O DIREITO

É inegável a relevância da mídia para a sociedade contemporânea, ela funciona como agente social responsável por passar a diante fatos, informações e opiniões relevantes ao público geral, dessa forma, tem função social de grande e significativo valor. Ela está presente no dia a dia de todos, e ajuda a população a entender o que está acontecendo no mundo e, conseqüentemente, a formar opiniões. Neste ponto pode surgir um problema, já que a indústria midiática se torna peça-chave para a construção da opinião popular.

A comunicação está relacionada a experiência humana, intimamente ligada ao desenvolvimento social e cultural, como já tratou Wolton³³ “A comunicação é, antes de mais, uma experiência antropológica fundamental. Intuitivamente, comunicar consiste em trocar algo com alguém.” Dessa forma, a partir da evolução humana e da construção da sociedade contemporânea, foi natural que o ato de comunicar se formasse uma indústria, surgindo assim o complexo midiático conhecido hoje.

Por ser um ato tão natural e intrínseco ao ser humano, foi normal que os meios de mídia se expandissem e se adaptassem às dinâmicas sociais, fazendo com que a transmissão de informações ganhasse novas vestes, ampliando a possibilidade de exercer sua função social. Entretanto “(...) ao mesmo passo que a imprensa informa a população e forma a opinião pública, ela também deforma realidades e conceitos.”³⁴

Para que funcione, é normal que a mídia selecione acontecimentos e fatos, viabilizando a produção de conteúdo, já que seria inviável mostrar tudo o que acontece com profundidade e detalhamento, entretanto, como se trata de uma indústria, pertencente aos que detêm o poder, este recorte serve para mantê-lo e perpetuá-lo.³⁵

Nota-se que existe uma articulação dos fatos para o que é mostrado funcione e chame atenção comercialmente³⁶, inclusive, na própria escolhas das manchetes há uma seleção dentro daquilo que já foi escolhido para ser noticiado, sempre com o objetivo de atrair a atenção da audiência

³³ WOLTON, Dominique. (2004), **Pensar a comunicação** Brasília, Editora UnB. p. 10.

³⁴ ALVES, L. A Mídia Como Agente Operador do Direito. **Revista FIDES**, v. 2, n. 1, 28 dez. 2017. p. 191.

³⁵ BODÓ, Marília de Nardin. **Mídia e discursos do poder: a legitimação discursiva do processo de encarceramento da juventude pobre no Brasil**. Orientadora: Katie Silene Cáceres Argüello. 2013. Tese (Doutorado em Direito) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

³⁶ Idem.



A Indústria midiática utiliza diversos gatilhos mentais e estratégias para a criação da figura de um “inimigo” que é apresentado como o maior e principal problema da segurança pública brasileira e, por isso, deve ser brutalmente combatido³⁷. Na criação deste imaginário de mocinhos e vilões surge um pensamento já descrito por Zaffaroni³⁸ de que “garantias penais e processuais são para nós, mas não para eles, pois eles não respeitam os direitos de ninguém”. Dessa forma, o público, que se enxerga em posição antagônica da figura do “bandido”, começa a ansiar por leis mais graves e rígidas, que servirão para combater a figura do inimigo, ocasionando na vingança, mascarada de uma sensação de justiça.

Entretanto, nem a vingança nem o conceito de “justiça” a qualquer custo são penalmente aceitáveis, uma vez que a função do direito é de fazer justiça (sem aspas), ao se considerar que esta parte de um conceito concreto e academicamente estudado, diferente das concepções criadas por meios de mídia afim de gerar audiência e monetização. Neste sentido, De Poli³⁹ explicita o pensamento funcionalista de Claus Roxin: “o direito penal não deve ser construído sem que se leve em consideração os efeitos que produz na sociedade na qual opera, isto é, não deve permanecer distante das finalidades que o legitimam.”.

Compreendendo o pensamento comum e o poder de influência dos meios de mídia, políticos se utilizam de estratégias para manipular uma massa populacional, através da criação de leis penais mais gravosas que criam uma sensação de segurança, assim, as leis ganham uma função meramente simbólica, de forma que os legisladores criam soluções aparentes, sem de fato resolver problemas que envolvem a estruturação da sociedade⁴⁰. A sanção criminal acaba surgindo como uma forma de vingança estatal pelo cometimento de um delito, acalmando o clamor social por justiça⁴¹.

Cria-se, portanto, um paradoxo nas leis penais: surgem com o objetivo de combater a criminalidade, mas são pouco eficazes.

³⁷ BRAGA, Lorena Corrêa. O poder da mídia e seus reflexos na ordem jurídica penal. *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, XVII, n. 121, 2014.

³⁸ ZAFFARONI, Eugenio Raúl. *A palavra dos mortos: Conferências de Criminologia Cautelar*. Coordenadores Luiz Flávio Gomes, Alice Bianchini - São Paulo: Saraiva, 2012 - Coleção Saberes Críticos.

³⁹ DE POLI, Camilin Marcie. FUNCIONALISMO PENAL EM CLAUS ROXIN. *Revista de Direito da FAE*, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 27-42, 2019. Disponível em: <https://revistadedireito.fae.edu/direito/article/view/39>. Acesso em: 20 out. 2024.

⁴⁰ GLOECKNER, Ricardo Jacobsen; RAMOS, Marcelo Butelli. Os sentidos do populismo penal: uma análise para além da condenação ética. *Delictae: Revista de estudos interdisciplinares sobre o delito*, 2017.

⁴¹ CIVITARESE, Jamil; MARTINS, Armando NGL. Populismo Penal, Agenda e Opinião Pública: Uma análise formal do comportamento legislativo em crimes de alta repercussão.



De acordo com Braga “O que estas leis trouxeram, além da inflação legislativa foi um “conforto enganoso” para a população e para as vítimas de crimes, sem qualquer concomitância com medidas sérias de caráter preventivo ou social.”⁴² Ou seja, criou-se um gigante arcabouço de leis penais que não foram pensadas a partir de uma política de segurança pública estruturada, mas que, na verdade, foram editadas a fim de promover a imagem de políticos como inimigos da criminalidade.

A partir da análise bibliográfica, não restam dúvidas de que há confusão entre a figura do político e a figura do legislador, este seria responsável por analisar as dinâmicas sociais do país, identificar problemas e legislar da forma mais eficaz possível. Entretanto, a figura do político exige um posicionamento populista, que é ineficaz no real combate à criminalidade e na estruturação de planos de segurança pública adequados.

CONCLUSÃO

As novas mídias revolucionaram o processo de informação e comunicação, influenciando diretamente a construção da opinião pública, sob a ótica arendtiana, observamos a distinção entre a verdade factual e a verdade racional. A verdade factual está ancorada nos acontecimentos concretos, naquilo que realmente ocorreu, enquanto a verdade racional decorre de processos intelectuais e filosóficos, sendo mais abstrata e passível de reflexão crítica.

No entanto, a forma como essas verdades são apresentadas e percebidas pela sociedade pode ser distorcida por meios de comunicação que, ao selecionar e editar os fatos, não só alteram a sua narrativa, mas também criam um ambiente propício para a relativização da verdade. Arendt argumenta que, quando a verdade factual é manipulada ou transformada em opinião, o espaço para o debate se fragiliza e a construção de políticas baseadas em fatos perde sua força.

A mídia, nesse contexto, exerce um papel decisivo na formação da opinião pública. Ela seleciona e distribui informações de acordo com seus próprios interesses, muitas vezes distorcendo ou simplificando fatos para atrair a atenção das massas. Esta seleção não é

⁴² BRAGA, Lorena Corrêa. O poder da mídia e seus reflexos na ordem jurídica penal. *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, XVII, n. 121, 2014. p. 05.



neutra, uma vez que a mídia atua também como uma indústria, cujos objetivos econômicos e políticos influenciam a maneira como os fatos são apresentados.

A repetição de certas narrativas nos meios de comunicação cria uma percepção de verdade no imaginário coletivo, que acaba por moldar o senso comum da sociedade. Este senso comum, ao invés de ser fruto de uma reflexão crítica, construída comunitariamente passa a ser uma absorção passiva de informações mediadas, gerando opiniões públicas que não necessariamente correspondem aos fatos.

Esse processo de construção da opinião pública é fundamental para entender o fenômeno do populismo penal. O populismo penal se caracteriza pela busca de soluções simplificadas e punitivas para problemas complexos de segurança pública. A mídia, ao amplificar notícias sobre crimes violentos e enfatizar a sensação de insegurança, contribui para a criação de um ambiente em que a punição severa é vista como a principal solução para os problemas sociais. Esse discurso midiático apela diretamente ao medo da população, gerando uma demanda por leis mais rígidas e punitivas.

Como resultado, os legisladores, pressionados pela opinião pública e pela necessidade de responder a essa demanda, adotam posturas populistas. Eles elaboram leis penais que não são necessariamente eficazes ou bem fundamentadas, mas que atendem aos anseios imediatos de uma população que foi convencida pela mídia de que o aumento das penas ou a criação de novos crimes são as únicas formas de garantir a segurança. A pressão popular, moldada pela mídia, conduz à criação de leis que muitas vezes possuem um caráter simbólico, servindo mais como uma resposta política à demanda social do que como soluções estruturadas para problemas de segurança pública.

Esse ciclo entre mídia, opinião pública e legislação reflete a fragilidade do processo legislativo em contextos onde a verdade factual é substituída pela narrativa conveniente. Arendt alerta para o risco que a mentira manipulada representa para a democracia, pois, quando os fatos são relativizados e transformados em opiniões, opiniões essas que não são qualificadas pela participação comunitária, perde-se base sobre a qual as decisões racionais e eficazes deveriam ser construídas. No campo do direito penal, essa dinâmica resulta em legislações punitivas que, em vez de resolverem os problemas de segurança, apenas reforçam o ciclo de violência e exclusão social.

Portanto, conclui-se que a influência da mídia na formação da opinião pública, ao distorcer e selecionar os fatos, exerce um papel central no fenômeno do populismo penal.



Ao construir narrativas que favorecem respostas punitivas rápidas, a mídia gera pressão sobre o legislativo, que, por sua vez, responde com a criação de leis simbólicas.

Esse ciclo evidencia a importância de se reconsiderar o papel da mídia e da opinião pública na formação das políticas criminais, enfatizando a necessidade de que o processo legislativo seja fundamentado em verdades factuais, ao em vez de narrativas populistas e mentiras manipuladas. Assim, apenas um debate público informado e crítico poderá proporcionar soluções verdadeiramente eficazes para os problemas sociais e de segurança pública que o Brasil enfrenta.



REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Clarisse M.; JUSKI, Juliane R.; SILVEIRA, Guaracy C.; et al. **Teoria da opinião pública**. Porto Alegre: SAGAH, 2019. *E-book*. ISBN 9788533500112. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788533500112/>. Acesso em: 04 out. 2024.
- ALVES, L. A Mídia Como Agente Operador do Direito. **Revista FIDES**, v. 2, n. 1, 28 dez. 2017.
- ARENDRT, Hannah. Verdade e Política. **The New Yorker**. 1967. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5144219/mod_resource/content/0/ARENDRT%2C%20Hannah%20%281967%29%20Verdade%20e%20pol%C3%ADtica.pdf Acesso em: 13 set. 2024.
- ARENDRT, Hannah. Entre o passado e o futuro / Hannah Arendt ; [tradução Mauro W. Barbosa]. São Paulo Perspectiva, 2016 - (Debates ; 64 / dirigida por J. Guinsburg).
- BODÓ, Marília de Nardin. **Mídia e discursos do poder: a legitimação discursiva do processo de encarceramento da juventude pobre no Brasil**. Orientadora: Katie Silene Cáceres Argüello. 2013. Tese (Doutorado em Direito) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.
- BRAGA, Lorena Corrêa. O poder da mídia e seus reflexos na ordem jurídica penal. **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XVII, n. 121, 2014.
- CIVITARESE, Jamil; MARTINS, Armando NGL. **Populismo Penal, Agenda e Opinião Pública: Uma análise formal do comportamento legislativo em crimes de alta repercussão**. DE POLI, Camilin Marcie. FUNCIONALISMO PENAL EM CLAUS ROXIN. **Revista de Direito da FAE**, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 27-42, 2019. Disponível em: <https://revistadedireito.fae.edu/direito/article/view/39>. Acesso em: 20 out. 2024.
- DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. 9ªed. Lisboa: Editorial Presença. 2004.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2007.
- GLOECKNER, Ricardo Jacobsen; RAMOS, Marcelo Butelli. Os sentidos do populismo penal: uma análise para além da condenação ética. **Delictae: Revista de estudos interdisciplinares sobre o delito**, 2017.
- LIMA, Igor Raphael Nascimento. **Mídia, opinião pública e segurança jurídica no processo penal: Garantismo para alguns ou direito penal do inimigo para alguns?** Orientador: Henrique Ribeiro Cardoso 2023. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2023.
- MARTINS, Rui Cunha. **Expectativa, senso comum e decisão** (uma incursão teórica a montante da moral). **Revista Duc In Altum-Caderno de Direito**, vol. 4, nº 1, jan-jun. 2012. Disponível em: <https://revistas.faculdedamas.edu.br/index.php/cihjur/article/view/110/102>. Acesso em: 04 out. 2024.
- PORTO, M. S. G. **Mídia, segurança pública e representações sociais**. **Tempo Social**, v. 21, n. 2, 2009.
- WOLTON, Dominique. (2004), **Pensar a comunicação** Brasília, Editora UnB.
- ZAFFARONI, Eugenio Raúl. **A palavra dos mortos: Conferências de Criminologia Cautelar**. Coordenadores Luiz Flávio Gomes, Alice Bianchini - São Paulo: Saraiva, 2012 - Coleção Saberes Críticos.