

A MONTANHA DOS SETE ABUTRES: ESTARÍAMOS VIVENDO UMA DISTOPIA MIDIÁTICA-PUNITIVA NA ERA DA MODERNIDADE LÍQUIDA?[1]

ACE IN THE HOLE: ARE WE LIVING IN A MEDIA-PUNITIVE DYSTOPIA IN THE ERA OF LIQUID MODERNITY?

Laleska Rigatto Walder[2]

RESUMO

O artigo discute a relação entre mídia e crime, particularmente como a representação do crime pela mídia pode contribuir para a promoção de políticas punitivas e a adesão do público a elas. Por meio da análise criminológica do papel do discurso jornalístico, mediante o contexto da modernidade líquida, pretende-se compreender o processo de *executivização* das agências de comunicação social – que integram atualmente parte da engrenagem do sistema penal. Assumindo essa função que extrapola fins meramente informativos, as agências de comunicação são parte agências de controle social, utilizando ferramentas sensacionalistas e depredatórias a fim de vender a melhor história possível. O filme utilizado como recorte temático é o drama "A Montanha dos Sete Abutres", dirigido por Billy Wilder, que narra a trajetória de um jornalista que opta por prolongar uma tragédia para escrever matérias e conquistar prestígio social, monopolizando a narrativa. Embora se trate de uma obra de 1951, o presente trabalho objetiva demonstrar conexões profundas e atuais com o cenário contemporâneo da liquidez da modernidade.

Palavras-chave: A Montanha dos Sete Abutres, mídia, sistema penal, criminologia, modernidade líquida.

ABSTRACT

This article examines the relationship between media and crime, particularly how media representations of crime may contribute to the promotion of punitive policies and to public adherence to them. Through a criminological analysis of journalistic discourse within the framework of liquid modernity, the study seeks to understand the process of the *executivization* of mass communication agencies, which currently operate as part of the machinery of the penal system. By assuming a role that extends beyond merely

[1] Recebido em 18/04/2026. Aprovado em 09/05/2026. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.24220975
[2] Universidade de São Paulo. laleskawalder@gmail.com



informative purposes, communication agencies come to function, in part, as instruments of social control, employing sensationalist and predatory strategies in order to sell the most compelling narrative possible. The film used as a thematic lens is the drama Ace in the Hole, directed by Billy Wilder, which portrays the trajectory of a journalist who deliberately prolongs a tragedy in order to produce news stories and gain social prestige, monopolizing the narrative. Although the film dates back to 1951, this paper aims to demonstrate its profound and contemporary connections with the current scenario shaped by the liquidity of modernity.

Keywords: Ace in the Hole, media, penal system, criminology, liquid modernity.

INTRODUÇÃO

Na Era da Informação[3], a moeda de troca é a notícia perfeita. Em um mundo onde o *click*[4] gera lucros incessantes, a demanda por novidade é atualizada a todo o tempo. Não mais falamos sobre evidências, checagens de informações ou credibilidade científica; o que manda neste cenário são os títulos sensacionalistas e a narrativa midiática mais atrativa possível. Se vivemos sob a égide do punitivismo, as agências de comunicação ganham um patamar de executivização dentro do sistema penal. Se tornam, pois, braço direito da máquina de encarceramento em massa, resultando-se em quase juízos da verdade – o manual de instruções do senso comum. Se em um editorial pedimos pela condenação de um sujeito, emerge-se aqui um fluxo entre vontade do autor e vontade social: há de haver consonância. Na guerra em busca do domínio do poder punitivo, a mídia quase sempre sai ganhando.

[3] Trata-se de um período histórico caracterizado pelo aumento exponencial da produção, processamento e disseminação de informações em todo o mundo, graças ao avanço tecnológico e à popularização da *internet*. Essa era começou na década de 1970, com o desenvolvimento dos computadores pessoais e a criação da primeira rede de computadores, a ARPANET. Para entender melhor acerca dos efeitos e características da Era da Informação, vide obras dos autores Manuel Castells (1999), Pierre Lévy (2010), Zygmunt Bauman (2021), Neil Postman (1993) e Jean-François Lyotard (2021).

[4] A título de exemplo, uma ramificação do *click*, dentro da esfera cibernética, é o *clickbait*. Em tradução livre, pode ser entendido como “caça-de-cliques” ou “isca de cliques” e trata-se de uma ferramenta usada para gerar tráfego online por meio de conteúdos enganosos ou sensacionalistas. O *clickbait* geralmente se localiza no título e na imagem de destaque de um vídeo ou matéria jornalística, "fisgando" o visualizador ao prometer um conteúdo que não será entregue. Possui uma estrutura parecida com a das *fake news*, porém diversa no sentido de que a informação falsa se encontra meramente no título e não no conteúdo. Trata-se de uma estratégica de marketing para alavancar acesso ao material midiático.



Zygmunt Bauman (2021) argumenta que a mídia[5] é uma das principais forças que contribuem para a liquidez da modernidade, pois ela promove uma cultura de consumo e de instantaneidade, onde tudo é descartável e mutável. As agências de comunicação também desempenham um papel fundamental na construção da identidade pessoal e coletiva, influenciando na consolidação dos valores, crenças e visões de mundo. Em tempos de modernidade líquida, a mídia se tornou cada vez mais onipresente e instantânea, permitindo que informações e ideias se espalhem rapidamente e sejam amplamente difundidas. Dentro do arcabouço do sistema penal não seria diferente, uma vez que a narrativa midiática também atua diretamente para a legitimação do discurso punitivista.

Dito isso, pretende-se através deste artigo demonstrar o processo de executivização das agências de comunicação – fenômeno estudado por Eugenio Zaffaroni (2003) e Nilo Batista (2003) – no campo do sistema penal, trazendo reflexões criminológicas acerca do papel da narrativa jornalística em tempos de modernidade líquida. A executivização das agências de comunicação demonstra a ultrapassagem da mera função comunicativa por parte da mídia, transformando-a em parte estrutural da operação do sistema penal. É através desse caráter executivo por parte da mídia que se legitima o discurso punitivo, seja por meio da performance jornalística ou até mesmo mediante a perpetuação de sensacionalismos e informações acríticas[6].

O filme escolhido como recorte deste estudo é o drama “A Montanha dos Sete Abutres” (*Ace In The Hole*, 1951)[7] dirigido por Billy Wilder. Trata-se de uma obra

[5] Para Juvenal Zancheta Junior (2004, p. 130), a mídia de massa consiste no “conjunto dos diversos meios produtores e difusores de mensagens informativas (...) O jornal e a revista, entre outros suportes, compõem a mídia impressa (...) Já a televisão e a *internet* atuam no campo da mídia audiovisual. Estes meios compõem a chamada mídia de massa”.

[6] Nesse sentido, Giovanni Sartori (2001) aborda a "videopolítica" e a "videocracia", que se referem ao poder determinante da televisão em reduzir a capacidade crítica da população devido à sua capacidade limitada de abstração. Isso teria causado uma mudança antropogenética, transformando o *homo sapiens* em *homo viden* – um ser que assiste, mas não pensa ou reflete. Como resultado, a televisão fabricaria, portanto, uma opinião heterônoma em massa que, apesar de parecer fortalecer a democracia, a esvazia como governo de opinião. Isso porque a televisão se apresenta como porta-voz da opinião pública, mas na verdade seria apenas o eco da própria voz.

[7] *Ace In The Hole*, em tradução nossa, significa “carta na manga” ou “às na manga”. Corresponde analogicamente à expressão na qual um indivíduo detém um truque ou uma informação escondida que



contemporânea que reflete um retrato satírico da sociedade controlada pela mídia, principalmente no tocante do jornalismo sensacionalista e depredatório. Ao conseguir o monopólio da narrativa jornalística de uma tragédia, o protagonista Chuck Tatum – jornalista veterano em decadência que busca uma história para vender acima de qualquer princípio – passa a controlar todas as estruturas sociais da comunidade local: polícia, medicina, religião; se tornando a única fonte da verdade. Prolongando o sofrimento do homem do qual conta a história em matérias diárias, Tatum recorre à manipulação da mídia e da opinião pública, ao custo da ética e da justiça.

JORNALISMO OU VOYUERISMO: RESENHA DO FILME A MONTANHA DOS SETE ABUTRES

O longa de 1951 e dirigido por Billy Wilder, retrata a trajetória de um jornalista veterano chamado Charles Tatum que, após perder seu emprego em um grande jornal, chega a uma pequena cidade do Novo México em busca de uma grande história. O protagonista encontra o seu “furo” de reportagem quando um homem fica preso em uma mina subterrânea e decide manipular a situação para transformá-la em um espetáculo midiático, consequentemente aumentando sua própria fama.

O filme se inicia com a cena de Tatum adentrando o edifício do jornal, o qual compõe em suas paredes um quadro com os dizeres *Tell the truth* (em tradução nossa, “diga a verdade”). A obra brinca com simbologias durantes os seus 111 minutos, principalmente no tocante do sensacionalismo, uma vez que o jornalista convence o chefe editorial a contratá-lo admitindo ser um exímio mentiroso. Tatum, aliás, demonstra muitas qualidades de vendedor; pois praticamente vende a oportunidade de ser empregado. Tal característica “comercializante” se manifesta

pode gerar a si uma vantagem inesperada. No cenário do filme, o título faz referência ao fato de que Chuck Tatum possui uma carta na manga ao esconder dados e informações necessárias para o resgate de Leo Mimosa, homem preso nas ruínas. Ao omitir o estado de saúde e a possibilidade técnica de um resgate mais rápido, Tatum consegue manter sua ascensão como jornalista prolongando o sofrimento em troca de vendas de jornal.



futuramente em diversos momentos do longa, à medida em que o mesmo ganha respeito na região do desabamento.

Entediado em seu novo emprego e sedento por novidades, o protagonista busca uma história a qualquer custo, movido pela sede da desgraça. Na pequena cidade onde o desmoronamento ocorre, Tatum consegue convencer o xerife local, a viúva do explorador, o engenheiro da empreiteira e outros envolvidos a participar de sua farsa, atrasando a operação de resgate para prolongar a cobertura da história e aumentar as vendas do jornal. Ao passo que o prestígio do jornalista cresce localmente e a imprensa amplifica a história, o profissional ganha monopólio da narrativa midiática, se tornando a única fonte da verdade.

Em uma conversa com seu assistente, Tatum repudia as qualidades técnicas de uma carreira acadêmica e afirma não ter cursado uma universidade de jornalismo, a qual considera desnecessária. É nesse momento que ele registra a máxima em seus dizeres: *bad news sells best, 'cause good news is no news*[8]. Desta feita, com o prolongamento da tragédia de Leo Minosa (homem preso nas ruínas dos povos originários locais), Tatum ascende seu reconhecimento e expande a figura jornalista-vendedor: concomitantemente passa a ser um político, missionário; um verdadeiro líder populista, e aos poucos conquista todos ao seu redor, se tornando um ícone midiático.

Logo a cidade começa a ser lotada por turistas em busca de detalhes maiores da tragédia vendida nos jornais, aumentando o fluxo dos negócios da esposa do vitimado. A mulher, em parceria com o jornalista, decide não ir embora e continua participando da história como elemento sentimental e símbolo do sofrimento. Assim, Leo Mimosa se torna a "vítima perfeita" – figura muitas vezes trabalhada dentro da Criminologia – e Tatum consegue extrair o máximo de lucro possível, mobilizando e manipulando a emoção do público. Em pouco tempo, ele se torna o único jornalista a poder adentrar a montanha e conversar diretamente com a vítima do desabamento.

[8] Tradução livre nossa: "más notícias vendem melhor, uma vez que notícias boas sequer são notícias".



A montanha, portanto, passa a ser um espetáculo em céu aberto e os ingressos são pagos de acordo com a livre demanda. O local – que possuía até então acesso livre – se torna um comércio em plena luz do dia, trazendo inúmeras atrações. Das barraquinhas de comida, loja de balões e parque de diversões temático; até mesmo adereços indígenas são vendidos. Enquanto isso ocorre a própria culpabilização do povo originário através da figura dos “espíritos malignos” – que estariam supostamente se vingando de Leo Mimosa, o qual se vitimou furtando relíquias de sepultamento do povo que habitava a Montanha dos Sete Abutres. A responsabilização da comunidade local é a cereja do bolo, haja visto que desde o primeiro momento eles foram usurpados e, posteriormente, demonizados.

Embora não se trate precisamente da cobertura de um crime, logo torna-se um: a busca pelo controle da narrativa midiática e prestígio pessoal de Tatum faz com que todos os envolvidos sejam partícipes daquele delito. Todos os sete abutres possuem interesse em mantê-lo abaixo dos detritos. Por fim, ocorre o homicídio culposo de Leo, o dolo eventual de sua morte acarretada pela pneumonia em razão da reiterada negligência de socorro. Na máxima de Tatum, 1951 é, ao mesmo tempo, também 2023 e anuncia presságios distópicos: estaríamos vivendo um mundo onde apenas as más notícias importam?

A EXECUTIVIZAÇÃO DAS AGÊNCIAS COMUNICADORAS DO SISTEMA PENAL – REFLEXÕES CRIMINOLÓGICAS ACERCA DA MÍDIA E PODER PUNITIVO

A mídia constitui uma rede ampla e intricada de canais de comunicação, tecnologias e eventos que desempenham um papel fundamental na transformação cultural e na construção social da concepção de delito. Pode-se aferir, diante de diversos fatores sociais, que a população geralmente se respalda nas informações e nos conhecimentos divulgados pela mídia para formar suas perspectivas a respeito da criminalidade, o que acaba por influenciar suas atitudes e opiniões em relação ao tema. Em síntese, é inegável que a mídia possui uma influência considerável na percepção e no entendimento do público sobre o que deve ser ou não um crime.



A utilização dessa percepção e aderência social pela mídia leva a uma relação imprópria e questionável com várias esferas de poder. Isso inclui a exploração do sensacionalismo no relato de conclusões de investigações pela imprensa, sem que a autoridade policial tenha realizado diligências adequadas, por exemplo. Além disso, a mídia influencia a aplicação de penas pelo juiz antes mesmo do recebimento da denúncia, promove medidas cautelares penais injustas para indivíduos excluídos ou marginalizados, e reforça a ideia de que o direito penal deve ter um caráter exclusivamente punitivista. Essa abordagem alimenta a opinião pública por meio da desinformação[9], tratando as notícias como *commodities* (Vieira, 2003).

A partir disso Zaffaroni (2000) lança luz à integração das agências de comunicação como parte do rol das agências do sistema penal. Para o autor, os meios de comunicação de massa são capazes de influenciar os comportamentos dos indivíduos, muitas vezes de maneira sutil e imperceptível, sem que a população em geral perceba essa influência como uma forma de "controle social" – a enxergando, na realidade, como um meio recreativo. Tal controle social é exercido através de diversos canais, incluindo a família, a educação, a medicina, a religião, os partidos políticos e, claro, os meios de comunicação em massa.

É através da inclusão das agências comunicacionais nas chamadas agências de controle social, que Nilo Batista (2003) aborda o fenômeno da “executivização” das agências de comunicação social – elemento característico do capitalismo tardio. A dimensão do alcance dessa “criminologia midiática” se demonstra mediante a ultrapassagem da mera função comunicativa por parte da mídia, processo no qual as agências de comunicação de massa ganham um caráter executivo[10], gerando uma direta mobilização do sistema penal. Em outras palavras, a mídia passa a ter um papel

[9] Este discurso sensacionalista desenvolvido pela mídia, constitui-se, segundo Aury Lopes Júnior (2006), uma manipulação discursiva em torno da sociologia do risco, revitalizando a (falsa) crença de que o Direito Penal pode restabelecer a (ilusão) de segurança.

[10] Nesse sentido, o autor denota o aspecto “distópico” da executivização das agências de comunicação social: “Os esgares do ancora de um telejornal com boa audiência são mais importantes para a política criminal brasileira do que a produção somada de nossos melhores criminólogos e penalistas” (Batista, 2002, p. 155).



ativo no processo de criminalização das pessoas, ganhando um patamar de execução por meio de ferramentas como o "jornalismo investigativo" ou o *trial by media*[11], por exemplo.

Desta feita, a mídia participaria como parte pungente em todas as etapas do processo de criminalização. Primeiramente, na qualidade de informadoras, as agências de comunicação legitimam discursos criminais, tornando possível com sua influência a materialização de um anseio midiático como no exemplo da feitura de uma lei. Já na etapa secundária, Zaffaroni (2000, p. 12) afirma que tratar-se-ia de "quase um pretexto" para um "formidável controle configurador positivo da vida social, que em nenhum momento passa pelas agências judiciais", levando-se ao caráter executivo dessas agências[12]. Em um contexto digital, esta etapa secundária pode levar a linchamentos midiáticos, com repercussões de abrangência inestimável.

No que se refere à criminalização secundária[13], concreta e exemplificativamente, é possível citar um trecho da decisão que manteve a condenação de Alexandre Nardoni[14], no notório caso que envolveu a morte de Isabella Nardoni, em que fica constatada a influência da mídia na manutenção da prisão preventiva do casal Alexandre Nardoni e Ana Jatobá:

> Diante da hediondez do crime atribuído aos acusados, pelo fato de envolver membros de uma mesma família de boa condição social, tal situação teria gerado revolta à população não apenas desta Capital, mas de todo o país, que envolveu diversas manifestações coletivas, *como fartamente divulgado*

[11] Schreiber (2008) se refere ao *trial by media* como a manifestação por parte dos meios de comunicação que influenciam no resultado de um julgamento, em virtude de sua atuação imediata no momento da instauração do inquérito policial, prosseguindo até o julgamento definitivo e, em alguns casos, repercutindo durante anos após a sentença – alimentando o inconsciente popular punitivista.

[12] Nesse sentido, afirma Ana Lúcia Vieira (2003, p. 212), a respeito da problemática: "os meios de comunicação não se colocam como observadores dos fatos, limitando-se a narrá-los, mas se posicionam no centro deles emitindo 'pontos de vista".

[13] Em sentido diverso, porém análogo na relação mídia e criminalização, temos a influência das agências de comunicação em massa para a teoria criminológica do *labbeling approach* nas etapas de criminalização. Veja: "a criminalização primária produz rotulação, que produz criminalizações secundárias (reincidência). O rótulo criminal (cristalizado em folhas de antecedentes, certidões criminais, ou surgido mediante a divulgação sensacionalista da mídia) produz a assimilação de suas características pelas pessoas rotuladas, a geração de expectativas sociais de condutas correspondentes ao seu significado, a perpetuação do comportamento criminoso e a aproximação recíproca de indivíduos estigmatizados" (Juarez *Apud* Shecaira, 2022, p. 14).

[14] Disponível em: http://s.conjur.com.br/dl/sentenca-nardoni.pdf. Acesso em: 05 abr. 2026.



> *pela mídia*, além de ter exigido também um enorme esquema de segurança e contenção por parte da Polícia Militar do Estado de São Paulo, *tamanho o número de populares e profissionais de imprensa que para cá acorreram*, daí porque a manutenção de suas custódias cautelares se mostra necessária para a preservação da credibilidade e da respeitabilidade do Poder Judiciário, as quais ficariam extremamente abaladas caso, agora, quando já existe decisão formal condenando os acusados pela prática deste crime, conceder-lhes o benefício de liberdade provisória, uma vez que permaneceram encarcerados durante toda a fase de instrução (Fossen, 2010, p. 10-11 – grifos nossos).

O professor de Criminologia da London School of Economics, Robert Reiner (2012), aborda a relação entre mídia e crime em o que ele denomina por “teses”, as quais perpassam diversas etapas de influência (ou executivização) pelas agências de comunicação de massa. Uma das teses é apresentada por Reiner como *thesis of discipline*, destacando as distorções e exageros na representação de crimes pela mídia, que contribuem para a disseminação do "pânico moral". Segundo essa perspectiva, a mídia possui uma significativa parcela de responsabilidade na promoção de políticas punitivas e na aderência popular por elas. Tratar-se-ia, portanto, do fenômeno de "demonização da mídia", o qual ameaça à ordem e moralidade públicas como uma forma insidiosa de controle social.

A última tese, chamada *pluralistic thesis*, aborda a mídia como um fenômeno complexo, onde há uma disputa entre diferentes interesses e perspectivas, resultando em efeitos na opinião pública que não são necessariamente monolíticos ou inelutáveis. Isso contrasta com a visão de uma “seringa hipodérmica” que injeta ideias e valores em um público passivo e dócil. De acordo com essa tese, os grupos sociais e os indivíduos não são simplesmente passivamente moldados pela mídia, mas sim interpretam ativamente os textos, mensagens e imagens que consomem – conforme consoante entendimento de Gilberto Salgado (2008).

Por fim, vale relembrar a ideia de *panopticon*, trazida por Foucault (2014), que consiste em um sistema de poder no qual a visibilidade é um meio de controle. Neste protótipo, os sujeitos não testemunham mais a grandiosidade dos espetáculos, eles próprios seriam o alvo das atenções. Nesta conjunção, Mathiesen (1998, p. 82) cita o exemplo da sensação permanente de “ameaça do crime” nos Estados Unidos e na



Europa. Segundo este autor, a televisão seria em grande responsável pelo “salto qualitativo” na emergência de novos problemas sociais. Dito isso, a TV seria o panóptico de Foucault ao reverso: um “synóptico” no qual os “muitos” vêm, admiram ou rejeitam os “poucos”.

Essencialmente, a *staff* do canal televisivo não estaria conscientemente manipulando a informação para criar uma imagem particular do crime, mas sim seguindo critérios de audiência que determinam o que é relevante para ser transmitido. Na opinião do autor supramencionado, no que diz respeito ao crime, as grandes massas não costumam ter acesso a informações competitivas ou alternativas, e acabam se encontrando na mesma situação de um fiel que acredita cegamente em uma mensagem religiosa. Em um contexto atual, estaríamos, pois, diante de um direito penal do terror[15]: um clima de guerra onde o delinquente é encarado como um adversário a ser eliminado ou, ainda, a produção desenfreada de conteúdo midiático a custa da celebração do sofrimento (Ramos, 1991).

O PAPEL DA NARRATIVA JORNALÍSTICA NOS TEMPOS DA MODERNIDADE LÍQUIDA

O conceito de modernidade líquida foi instaurado pela primeira vez por Zygmunt Bauman em "Modernidade e Holocausto", publicado em 1989, sendo posteriormente estudado com mais profundidade em seus demais trabalhos, principalmente em “Modernidade Líquida” (2000) – que se tornou uma obra de enorme referência na seara das teorias sociais contemporâneas. A corrente teórica da modernidade líquida é uma tentativa de compreender as transformações sociais que ocorreram na sociedade contemporânea e suas implicações para a cultura, política,

[15] “[...] as características do denominado ‘Direito Penal do Terror’: produção por parte do aparelhamento estatal e da mídia, de um verdadeiro ‘clima’ de guerra, no qual o delinquente pertence a uma classe social escassamente privilegiada, é encarado como adversário a ser eliminado através de respostas penais draconianas, discurso penal assinalado pela demagogia, a criação de tipos penais sem qualquer critério científico e para atender necessidades circunstanciais – ou muito pior, para obter, da população, condutas ou omissões de condutas – entre outras” (Ramos, 1991, pp. 59-60).



economia e demais variantes sociais. É uma abordagem crítica e reflexiva que busca entender a complexidade da modernidade e suas consequências para a vida social.

Na visão do sociólogo polonês, a pós-modernidade empreende-se na passagem de um estágio sólido para líquido dentro da noção de modernidade – e não necessariamente num fim dela mesma. Essa passagem diz respeito a uma transformação que enseja fluidez e volatilidade dentro das relações sociais, fazendo com que as estruturas sociais adquiram cada vez mais um caráter flexível e instável, tornando-se difíceis de prever e controlar. Dentro desse contexto, a globalização e a tecnologia são fatores-chave que impulsionaram a modernidade líquida, tornando o mundo mais interconectado e incerto.

A respeito da passagem da solidez para a liquidez dentro do contexto da modernidade, a chamada “liquefação”, elucida Sérgio Salomão Shecaira:

> A solidez das instituições sociais, como por exemplo a família, o governo, as relações de trabalho, vem perdendo espaço para o fenômeno de *liquefação*. De acordo com essa metáfora, a solidez dessas instituições, firmes e inabaláveis, estão se derretendo, transformando-se, irreversivelmente, num estado líquido. O definhamento, o declínio e a ruptura do projeto social fazem desaparecer as oportunidades de redenção e a eliminação do direito de apelar por esperança, algo que era a essência do racionalismo construído no Iluminismo e aprofundado na Modernidade sólida (Shecaira, 2022, pp. 488-489 – grifo do autor).

A mídia, igualmente, possui papel importante para a estruturação da modernidade em seu estágio líquido. Isso porque ela promove um credo pelo consumo e instantaneidade, onde tudo é descartável e mutável. Além disso, a mídia desempenha um papel fundamental na construção da identidade pessoal e coletiva, influenciando nossos valores, crenças e visões de mundo. No entanto, a relação da mídia com a modernidade líquida também tem seus desafios. A velocidade e a onipresença da mídia podem criar uma sensação de ansiedade e incerteza na sociedade, levando a um sentimento de desorientação e falta de direção. No mais, a mídia também pode ser usada para disseminar informações falsas e manipuladas, contribuindo para a polarização e a fragmentação social (Bauman, 2021).



A sociedade em que vivemos, marcada pela influência da modernidade líquida, é cada vez mais punitiva. Influenciando e sendo influenciada, a mídia adota a narrativa punitivista dentro de suas agências comunicadoras. Dito isso, não há como se esperar diferente: o jornalismo se tornou braço direito da máquina de encarceramento. Isso se reflete nas mais variadas camadas sociais, ultrapassando uma mera função de informar, e fazendo com que tais agências de comunicação – como trabalhado por Zaffaroni (2000) – se tornem agências próprias do sistema penal, formadoras de opinião e auxiliadoras inquisitórias. Daí a relação da legitimação do processo penal pelo discurso da imprensa, que vem ocorrendo desde a ascensão da ordem capitalista e com o declínio do Estado Social.

A respeito da legitimação do discurso punitivista pela narrativa jornalística – algo muito demonstrado no filme em tela – relembra Nilo Batista:

> O compromisso da imprensa – cujos órgãos informativos se inscrevem, de regra, em grupos econômicos que exploram os bons negócios das telecomunicações – com o empreendimento neoliberal é a chave da compreensão dessa especial vinculação mídia-sistema penal, incondicionalmente legitimante. Tal legitimação implica a constante alavancagem de algumas crenças, e um silêncio sorridente sobre informações que as desmintam. O novo *credo criminológico da mídia* tem seu núcleo irradiador na própria ideia de pena: *antes de mais nada, creem na pena como rito sagrado de solução de conflitos* (Batista, 2003, p. 03 – grifos nossos).

Chuck Tatum não se importa com a verdade ou com os fatos, tampouco com seu respaldo científico e factual, apenas busca o lucro e o prestígio que pode obter com a narrativa sensacionalista de uma história. Ele explora a tragédia daqueles envolvidos na mina subterrânea e atrasa a operação de resgate para prolongar a cobertura da história, aumentando as vendas do jornal. Esse comportamento antiético e irresponsável pode ser visto como uma forma de populismo penal[16], onde a punição

[16] A expressão *populist punitiveness*, cunhada por Anthony Bottoms na obra *The Philosophy and Politics of Punishment and Sentencing*, refere-se à exploração política de tendências punitivas de parte do eleitorado, sendo um dos principais componentes da condenação própria a política penal. Segundo o autor, “a expressão visa transmitir a ideia de uma estratégia política que busca auferir vantagens daquilo que certos políticos acreditam ser uma tendência predominantemente punitiva do eleitorado” (Bottoms, 1995, p. 40).



– neste caso a exposição negativa das vítimas e envolvidos – é exaltada em detrimento de um julgamento justo e imparcial, esquecendo-se da primazia dos direitos humanos. Vemos através do protagonista a força da cultura midiática, que muitas vezes perpetua uma visão distorcida da criminalidade[17].

Através da lente de Pierre Bourdieu, Tatum poderia facilmente ser classificado como um *fast thinker*:

> Se a televisão privilegia certo número de *fast-thinkers* que propõem um *fast-food* cultural, alimento cultural pré-digerido, pré-pensado, não é apenas porque (...) eles têm uma caderneta de endereços, sempre a mesma (sobre a Rússia, o sr. X; sobre a Alemanha, o sr. Y): há falantes obrigatórios que deixam de procurar quem teria realmente alguma coisa a dizer, em geral jovens ainda desconhecidos, empenhados em sua pesquisa, pouco propensos a frequentar a mídia, que seria preciso ir procurar, enquanto que se tem à mão, sempre disponíveis e dispostos a parir um artigo ou a dar uma entrevista, os habitués da mídia (Bourdieu, 1997, p. 41).

Finalmente, “A Montanha dos Sete Abutres” (1951) demonstra ser uma obra extremamente contemporânea ao abordar a falta de ética e responsabilidade do jornalismo – uma das características elencadas por Bauman (2021) em seus estudos sobre a liquidez da sociedade – já que as pessoas têm menos responsabilidade por suas ações e são menos comprometidas com uma moralidade fixa. Isso pode ser visto no personagem principal do filme, Tatum, que não possui escrúpulos em mentir, enganar e manipular a situação para obter a história que quer. O monopólio da narrativa é algo buscado pelo mesmo na figura de jornalista, fazendo com que quaisquer outras fontes de informações sejam silenciadas e cerceadas – elemento marcante de governos populistas, por exemplo.

Dentro do seu conjunto de ações vemos outras facetas do papel da narrativa jornalística nos tempos de modernidade líquida: a falta de solidariedade e uma cultura do individualismo. Isso pode ser visto no filme através da falta de senso de coletividade

[17] Importante frisar que o saber criminológico desenvolvido pela mídia populista corresponde à criação da realidade através da informação, subinformação e desinformação midiática, em convergência com preconceitos e crenças, que se baseiam em uma etiologia criminal simplista, assentada em uma causalidade mágica – isto é, crença que a pena rigorosa resolve o problema do crime (Zaffaroni, 2012, p. 39).



dos personagens envolvidos no desastre da mina, que estão mais preocupados em proteger seus próprios interesses e reputações em vez de trabalhar juntos para resolver a situação. Até mesmo os visitantes locais, que atravessam estradas para chegar ao local da tragédia, remetem muito ao que vemos nos dias de hoje: cenas comuns como pessoas desacelerando seus carros para ver um acidente – não por empatia, mas sobretudo por curiosidade. Em outras palavras, o espetáculo do sofrimento atrai muitos olhares, mas poucos verdadeiros interessados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A legitimação do discurso de Política Criminal “Lei e Ordem” – cujos preceitos estão enraizados na busca pela manutenção do *status quo* – trata-se de um movimento político-criminal autoritário, pautado em um modelo punitivo-retributivista, que se instrumentaliza a partir do *mass media*. Conforme elaborado por Salo de Carvalho (1996), estes movimentos primam pela rigidez do sistema punitivo com a redução das garantias individuais, aumentando a aplicação de prisões cautelares e a adoção de medidas penalógicas extremas. A utilização da narrativa jornalística-punitivista, cumulada ao gradativo crescimento da executivização das agências de comunicação social, faz com que a perspectiva futurística se torne cada vez mais pessimista (e distópica).

Dentre as características contemporâneas dos meios de comunicação, encontram-se a sua capacidade de alcançar amplas audiências (*mass media*), a oligopolização das empresas jornalísticas, a globalização tecnológica, a adesão à ideologia neoliberal e ao discurso punitivista-extremo, bem como os novos papéis da mídia no sistema penal (de forma que tais agências comunicadoras se tornem, ao mesmo tempo, agências de execução penal). Essas características contribuem para a formação da mídia como um novo ator hegemônico, o que representa um possível retorno da empreitada privada orientada pela ideologia liberal e cessada na oportunidade da acepção do Estado Social.



Nesse sentido, é possível observar a função do medo – sistematicamente difundido pelos diversos mecanismos de mídia – na construção de um patamar de subjetividade punitiva diretamente responsável para o recrudescimento do sistema penal. A partir da noção de direito ao terror, a mídia age em parceria com a política criminal punitivista, tomando as rédeas do próprio sistema de forma a determinar quem deve ou não ser cerceado de liberdade. Em tempos de modernidade líquida, a situação se agrava de forma frenética e descontrolada, fazendo com que a checagem de informação seja um mecanismo inutilizado, bem como a validade científica do conteúdo midiático acabe obsoleta.

No mais, vemos exemplos disso no cotidiano midiático: faz parte da cultura e do inconsciente coletivo brasileiro programas sensacionalistas como Linha Direta e editoriais como o Jornal do Brasil. Ferramentas como essas, seja através de imagens televisivas, da escrita jornalística ou pelos *cliques* na *internet*, tornam palpável o advento da executivização das agências comunicadoras – que é uma realidade inegável dentro e fora do Judiciário brasileiro. Não à toa, em 2023 foi anunciado o *reboot* do programa Linha Direta, inaugurado com a recapitulação do Caso Eloá, que envolveu o sequestro e assassinato da jovem Eloá Cristina em 2008. Coincidência ou não, o episódio diz respeito a uma das maiores interferências da mídia no processo de um caso criminal, onde ela atuou de forma direta por meio do sensacionalismo do conteúdo. Tal como no filme “A Montanha dos Sete Abutres”, a jornalista responsável perpetuou o sofrimento da vítima a fim de garantir a audiência em detrimento de sua vida, que acabou ceifada.

Inquestionável a importância do acesso à informação, transparência e livre expressão dentro da imprensa. Não está em pauta aqui os avanços conquistados por meio do seio jornalístico, quando a narrativa midiática foi utilizada a fim de se lutar pela igualdade e combater a injustiça. Cabe relembrar que os meios de comunicação fazem parte do processo de socialização do indivíduo e de democratização da sociedade, sendo que a diversidade trazida pelas agências de comunicação por meio da utilização de distintas fontes de conhecimento é algo a ser celebrado. Quando



utilizada para fins de promoção da humanização e direito à informação, a mídia pode ser uma grande aliada.

No entanto, cabe recordar os apontamentos trazidos neste trabalho, os quais podem ser sintetizados nesse trecho extraído da obra de Sérgio Salomão Shecaira:

> A mídia se outorga, a si mesma, o papel de mera reprodutora da informação. Sua atribuição seria exercer a função de simples espelho da realidade, transmitindo os fatos em face das ocorrências existentes no curso dos acontecimentos. No entanto, na realidade, entre o jornalista e a audiência se estabelecem um acordo comunicativo e uma confiança socialmente negociada. Assim, a notícia não é – jamais – um simples espelho da realidade, mas sim um objeto construído, não obstante tentar parecer um espelho dessa realidade. *A liberdade de imprensa, tão característica das sociedades democráticas, quase sempre se impõe a totalitária lei do espetáculo* (Shecaira, 2022, p. 237-238 – grifo nosso).

Em tempos de modernidade líquida na devastação sempre há oportunidade – e o filme escolhido para ser abordado neste trabalho se torna mais atual do que nunca. O poder punitivo no Reino da Urgência (também conhecido como Era da Informação), se torna cada vez mais ativo através de mecanismos consolidados pela mídia de massa. É imperativo aos pesquisadores e estudiosos, bem como governantes, e sociedade civil no geral, que revisitemos a aderência inquestionada dada às agências de comunicação social do sistema penal. É preciso, mais de nunca, repensar a narrativa jornalística-punitivista que impera nossos meios de comunicação e provocar mudanças sociais profundas para proteger valores tão importantes como a dignidade da pessoa humana. Como muito bem ilustrado por Nilo Batista (2003), a equação penal sistematizada no inconsciente coletivo é bem simples: se houve delito, haverá pena; e é através dessa lente ideológica que se interpõe o olhar da mídia e da vida, privada ou pública.

REFERÊNCIAS

ACE IN THE HOLE (“A Montanha dos Sete Abutres”). Direção: Billy Wilder. Produção: Paramount Pictures. Estados Unidos: Paramount, 1951. 1 DVD (111 min.).

BATISTA, Nilo. Mídia e Sistema Penal no Capitalismo Tardio. *Revista Brasileira de Ciências Criminais – RBCCRim*, v. 11, n. 42, pp. 242–263, jan./mar. São Paulo, 2003.



Disponível em: https://www.bocc.ubi.pt/pag/batista-nilo-midia-sistema-penal.pdf. Acesso em: 05 abr. 2023.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida.* Tradução de Plínio Dentzien. Ed. nova. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.

BOTTOMS, Anthony. The Philosophy of Punishment and Sentencing. *In*: CLARKSON, Chris; MORGAN, Rod. (Orgs.). *The Politics of Sentencing Reform*. Oxford: Claredon Press, 1995. pp. 17-479.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão.* Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

CARVALHO, Salo de. *A Política Criminal de Drogas no Brasil: do discurso oficial às razões da descriminalização* (Mestrado em Direito) – Programa de Pós-graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Santa Catarina, 1996.

CASTELLS, Manuel. *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. Vol. 1 – O Poder da Identidade*. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999.

FOULCAULT, Michel. *Vigiar e Punir: Nascimento da Prisão.* Tradução de Raquel Ramalhete. 24. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.

JÚNIOR, Aury Lopes. *Introdução Crítica ao Processo Penal (Fundamentos da Instrumentalidade Constitucional)*. 4. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2006.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura.* Tradução de Carlos Irineu da Costa. 3. ed. São Paulo: Editora 34, 2010.

LYOTARD, Jean-François. *A condição pós-moderna.* Tradução de Ricardo Correa Barbosa. 20. ed. São Paulo: Editora José Olympio, 2021.

MATHIESEN, Thomas. A sociedade espectadora: o “panóptico” de Michel Foucault revisitado. *Revista Margem – Tecnologia e Cultura n,* n. 8, pp. 77-95, dez. São Paulo, 1998.

POSTMAN, Neil. *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology.* New York: Vintage Books, 1993.

RAMOS, João Gualberto Garcez. *A inconstitucionalidade do “Direito Penal do Terror”*. Curitiba: Juruá, 1991.



REINER, Robert. Media Made Criminality: the representation of crime in the mass media. *In*: MAGUIRE, Mike; REINER, Robert; MORGAN, Rod (Orgs.). *The Oxford Handbook of Criminology*. Oxford, UK: Oxford University Press, 2012. pp. 376-416.

SALGADO, Gilberto Barbosa. *Mídia, Crime e Insegurança. In:* SEMINÁRIO JUVENTUDE, CRIMINALIDADE E CONTROLE SOCIAL. Núcleo de Estudos Estratégicos (NEE). Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), 2008. Disponível em: http://www.nee.ufjf.br. Acesso em 05 abr. 2023.

SANTOS, Juarez Cirino dos. *A criminologia radical.* Curitiba: ICPC: Lumen Juris, 2008.

SARTORI, Giovanni. *Homo videns: televisão e pós-pensamento.* Tradução de Antonio Angonese. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

SHECAIRA, Sérgio Salomão. *Criminologia.* 10. ed. rev. e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2022.

SCHREIBER, Simone. A publicidade opressiva dos julgamentos criminais. *Revista CEJ*, v. 12, n. 42, jul./set., pp. 98-99. Brasília, 2012. Disponível em: https://revistacej.cjf.jus.br/cej/index.php/revcej/article/view/1056. Acesso em: 05 abr. 2023.

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

ZAFFARONI, Eugenio Raúl. *Derecho Penal – Parte General.* Buenos Aires: Ediar, 2000.

ZAFFARONI, Eugenio Raúl. *La cuestion criminal.* 3. ed. Buenos Aires: Planeta, 2012.

ZAFFARONI, Eugenio Raúl; PIERANGELI, José Henrique. *Manual de direito penal brasileiro – Parte Geral*. 14. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.

ZANCHETTA, Juvenal Júnior. *Imprensa escrita e Telejornal*. São Paulo: Editora Unesp, 2004.