

O tribunal midiático e a construção do desengajamento moral pelo programa policial *Patrulha da Cidade*

El tribunal mediático y la construcción de la desconexión moral por el programa policial *Patrulha da Cidade*

The media court and the construction of the moral disengagement by the police TV show *Patrulha da Cidade*

1. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Daniel Meirinho

Professor do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e professor do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPGEM/UFRN).

Contato: danielmeirinho@hotmail.com

Denise Carvalho¹

Pesquisadora do Programa Nacional de Pós-Doutorado (PNPD/CAPES) vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PPGEM/UFRN). Doutora em Sociologia pela Universidade de São Paulo (USP).

Contato: denisecarvalho@alumni.usp.br

Submetido em: 20.06.2020

Aprovado em: 18.12.2020



Creative Commons



Atribuição



NãoComercial



Compartilhalgal

Resumo

O artigo busca apresentar uma reflexão em torno das perspectivas de recepção e percepções de um grupo de telespectadores do programa policial *Patrulha da Cidade*, exibido no Rio Grande do Norte, bem como da construção dos seus posicionamentos ao redor da violência, da segurança pública, da justiça e dos direitos humanos. O objetivo é refletir sobre os estímulos que levam os indivíduos a reproduzir discursos de intolerância direcionados aos sujeitos que ameaçam a ordem social num tribunal midiático criado pelo programa a partir do aporte teórico do desengajamento moral. A partir de entrevistas semiestruturadas, esta pesquisa analisa as complicitades na construção do discurso moral da audiência a partir dos modos de endereçamento do programa.

Palavras-chave: Programas policiais. Violência. Telespectadores. Desengajamento moral. Modos de endereçamento.

Resumen

El artículo presenta una reflexión en torno a las perspectivas de recepción y las percepciones de un grupo de espectadores sobre el programa *Patrulla de Policía de la Ciudad*, en Rio Grande do Norte, así como la construcción de sus posiciones sobre la violencia, la seguridad pública, la justicia y los derechos humanos. El objetivo es reflexionar sobre los estímulos que llevan a los individuos a reproducir los discursos de intolerancia dirigidos a los sujetos que amenazan el orden social en un tribunal mediático creado por el programa, basado en la contribución teórica de la desconexión moral. A partir de entrevistas semiestructuradas, esta investigación analiza la complicidad en la construcción del discurso moral de la audiencia en función de los modos de direccionamiento del programa.

Palabras clave: Programa policial. Violencia. Espectadores. Desconexión moral. Modos de direccionamiento.

Abstract

The article reflects on the perspectives of reception and perceptions of a group of viewers about the Police TV Show *Patrulha da Cidade* in Rio Grande do Norte, as well as the construction of their positions around violence, public security, justice and human rights. The objective is to reflect on the stimuli that lead individuals to reproduce discourses of intolerance addressed to the individuals who threaten the social order in a media court created by the program, based on the theoretical contribution of moral disengagement. Based on semi-structured interviews, this research analyzes the complicity in the construction of the audience's moral discourse based on the ways of addressing of the program.

Keywords: Police TV Show. Violence. Audience. Moral disengagement. Ways of addressing.

Introdução

No programa televisivo policial *Patrulha da Cidade*, transmitido de segunda à sexta das 12h às 13h30, pela TV Ponta Negra, emissora afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) no estado do Rio Grande do Norte, após uma chamada publicitária que antecipa a escalada de notícias da cobertura local, o apresentador, de forma contundente, comenta a prisão de três jovens suspeitos de cometer assaltos na região central da cidade de Natal. Faz o seu relato com um discurso agressivo e autoritário: “um menor de idade com três ou quatro tiros na cabeça e nas costas e vocês têm peninha? Eu não tenho pena, não”. Com uma voz firme e decidida, continua e interpela o telespectador: “esses três filhos da...” (não completa a sentença). E reitera de forma ostensiva: “essas balas que foram pintadas com esmalte [fato da apuração da reportagem que apresentava o caso] eram para ser todas na cabeça de vocês. Era para ser na cabeça desse ‘negão’ aí, estas quatro balas”. Insultando os suspeitos, prossegue com as ofensas: “esses filhos da puta não têm pena de ninguém. Por que a gente tem que ter pena de vagabundo? Não é para a gente se preocupar se deve ter vaga na cadeia, não, mas sim no cemitério infeliz das costas ocas”. Uma câmera fecha com o plano de close em um homem de terno com uma colher dourada nas mãos que olha firme em meio a efeitos sonoros de tiros, barulho de sirenes, gritos e uma trilha de suspense em tom de realismo e dramaticidade, que busca “atrair ainda mais a atenção dos telespectadores” (OLIVEIRA, 2007, p. 79-80), em um agendamento midiático do medo.

Essa realidade de abordagem segue uma estratégia de linguagem e estética muito recorrente desde a década de 1990 nas emissoras televisivas brasileiras para a obtenção de audiência. O programa *Patrulha da Cidade* faz a cobertura informativa das ações policiais, com característica sensacionalista, em formato televisivo, noticiando acontecimentos que envolvem a segurança pública (MATHEUS, 2011; RAMOS, 2012). Esse formato vem a mesclar, em uma estrutura de cumplicidade com a sua audiência, um modelo conhecido de jornalismo popular (AMARAL, 2006) com informações de utilidade pública mascaradas por uma estrutura midiática de entretenimento. O espetáculo, por vezes bárbaro e grotesco, se fundamenta em utilizar a exposição indevida de pessoas sob tutela do Estado como personagens de um tribunal midiático (FREITAS, 2016) por meio de humilhação, ofensas morais e humor pejorativo.

Os mecanismos de desengajamento moral são ativados nos telespectadores a partir de uma retórica intolerante que reproduz o discurso agressivo, punitivo e autoritário do apresentador do programa policial. Para Bandura (1999), o desengajamento moral se dá por meio de manobras, especialmente psicossociais, que seletivamente justificam comportamentos desumanos e reestruturam cognitivamente uma conduta “benigna ou digna, por meio de uma justificação moral” (1999, p. 193) com argumentos que deslocam responsabilidade, desconsiderando ou minimizando os efeitos preju-



diciais dessas ações. Para o autor, a intolerância nos atos e discursos passa a legitimar a desumanização daqueles que são vitimizados e alguns formadores de opinião pública (GOMES, 2004) contribuem para que os indivíduos evitem o sofrimento de condenarem a si mesmos, fazendo com que esse comportamento pareça moral e aceitável. Compreendemos o conceito de opinião pública a partir de Darcy Azambuja (2008, p. 295), sendo os meios de comunicação fortes instrumentos de formação, articulação e disseminação de interesses para a opinião pública, que é apresentada, em dado momento, como “opinião do povo, opinião geral ou opinião da maioria”.

Diante do exposto, o objetivo deste artigo é compreender, a partir de uma pesquisa de recepção de audiência, o posicionamento de um grupo de entrevistados residentes em um bairro da região metropolitana de Natal composto por telespectadores do programa policial *Patrulha da Cidade*. Os eixos temáticos das entrevistas circundam a violência, a segurança pública, a justiça e os direitos humanos. A análise é fundamentada na perspectiva da teoria do desengajamento moral de Bandura (1999, 2002, 2004). Esta pesquisa parte da questão: como o programa *Patrulha da Cidade* pode vir a ser um agente na formação da opinião e do posicionamento moral dos seus telespectadores?

Tendo em vista a pesquisa qualitativa em torno dos discursos dos telespectadores, este trabalho reflete como comportamentos intolerantes que fundamentam a perspectiva conservadora e moralista do conteúdo televisivo se manifestam em discursos como o da defesa de um sistema penal com sanções mais rígidas e da efetivação de leis mais severas, o da desconfiança na atuação das instituições jurídicas, bem como o da necessidade de um maior investimento dos poderes públicos em segurança pública. O desengajamento moral nos ajuda a compreender comportamentos e argumentos retóricos como os de que “bandido bom é bandido morto” e de que direitos humanos supostamente defendem “direitos de bandidos” (CANO 2010, p. 66), e a legitimidade de ações em que “a polícia atire primeiro e pergunte depois” (VENTURI, 2010, p. 19) naturalizadas como aceitáveis e justificáveis socialmente.

O programa se articula como um espaço de desengajamento moral (BANDURA, 1999, 2002), julgamento e condenação midiática instantânea do outro, visando a fazer com que o comportamento e argumentos desumanos e intolerantes pareçam moralmente justificados. É possível, a partir da teoria do desengajamento moral, identificar técnicas que garantem a manutenção, reprodução e disseminação de discursos por parte de alguns telespectadores do programa policial. Eles passam a atuar como agentes morais daqueles que ferem a construção de uma ordem social, deslocando a responsabilidade, bem como minimizando e distorcendo as consequências dos seus argumentos e atos de desumanidade para uma atribuição de culpa (BANDURA, 1999, 2004).



2. Este artigo é resultado do projeto de pesquisa “Afinal, quem paga a conta? Violações de direitos pelos programas policiaiscos”. O projeto realiza desde 2017 o monitoramento periódico das violações de direitos cometidas no programa Patrulha da Cidade.

O percurso metodológico da pesquisa qualitativa se fundamenta em entrevistas semiestruturadas com 10 pessoas que se autodenominam telespectadores ativos do programa *Patrulha da Cidade*, sendo seis mulheres e quatro homens, entre 29 e 85 anos de idade, residentes da região metropolitana de Natal, no Rio Grande do Norte, a partir de uma amostragem em bola de neve. Esse tipo de amostragem é constituído como um modelo não probabilístico por meio do qual os primeiros entrevistados convidam outros participantes para as entrevistas a partir de sua rede de pessoas conhecidas/contatos conhecidos (BALDIN; MUNHOZ, 2011).

Este trabalho não nega as relações de poder existentes entre os conteúdos midiáticos e sua audiência. Entendemos que esta é influenciável, mas não completamente controlada e “submersa na passividade crônica” (DE MORAES, 2010, p. 70), sem qualquer nível de agência como defendido pelos estudos mecanicistas e lineares que tratam os receptores a partir dos modelos “hipodérmicos” e das teorias cognitivas. Tampouco subestimamos o poder dominante e hegemônico dos canais midiáticos e suas assimilações em função de diferentes capitais econômicos, culturais e sociais dos espectadores. Mas buscamos propor neste artigo um distanciamento de raciocínios lineares que só enxergam manipulações para possibilitar visões sociais ativas que buscam compreender padrões sistemáticos de comportamento da audiência (SHAH; ROJAS; CHO, 2009). Nas televisões, os índices de audiência são indicadores para as emissoras da aderência dos seus espectadores aos conteúdos e possibilitam interferências complementares nos índices de audiência e nos conteúdos. A proposta do trabalho passa por discutir os processos que levam à agência da audiência a partir da teoria do desengajamento moral.

A teoria do desengajamento moral

Em sua teoria do desengajamento moral, Albert Bandura (1999, 2002) descreve como os indivíduos criam justificativas para evitar a autocondenação e culpabilização após cometerem atos imorais ou desumanos contra os outros. Segundo a teoria cognitiva social (BANDURA, 1999, as pessoas buscam mecanismos pessoais que negam a autorregulação e a autossanção das normas sociais ditas morais, adotando padrões que lhes possibilitem se comportar desumanamente. Uma variedade de estratégias permite que pessoas “boas” apoiem atos “cruéis”, fazendo parecer aceitáveis ou morais (BANDURA, 2004).

Para Bandura (1999, 2002, 2004), as pessoas tentam buscar justificativas para cometer atos antissociais sem se sentir culpadas ou censuradas por isso. “Daí o uso do termo ‘desengajamento’, mostrando que é possível se desprender ou desengajar dos próprios padrões morais para cometer atos antissociais” (IGLESIAS, 2008, p. 165) de forma deliberada e sem autocondenação.



O autor identifica oito estratégias de desengajamento moral. A primeira opera reenquadrando um comportamento danoso: é a (1) *justificação moral*, por meio da qual a “conduta é feita de forma pessoal e socialmente aceitável, apresentando-a a partir de propósitos dignos e morais” (BANDURA, 2002, p. 103). São feitas também (2) *comparações vantajosas* que minimizam as consequências dos seus atos se comparadas com atividades mais repreensíveis do que elas, a partir de uma (3) *linguagem eufemística* e favorável a algum ato danoso e antiético. Esta tem o intuito de tornar uma conduta danosa aceitável, legitimando assim os seus argumentos no que autor vem a chamar de “linguagem higienizante”, que faz com que mortes por linchamento, bala perdida ou violência policial passem a ser convertidas em “danos colaterais” (p. 105).

A (4) *minimização, ignorância ou distorção das consequências* opera escondendo o papel do indivíduo no comportamento danoso, fazendo com que as pessoas acreditem que “os fins justificam os meios”, deslocando responsabilidades e evitando encarar o mal que podem vir a causar. Com essa estratégia, as pessoas se “veem como vítimas indefesas motivadas a ter uma conduta injuriosa por provocação forçada do contexto” (BANDURA, 2002, p. 110). Assim, há um (5) *deslocamento de responsabilidades*, que são atribuídas a outras pessoas em vez de serem elas pessoalmente responsáveis. Um exemplo é o argumento de se estar cumprindo ordens, um argumento “autoexonerador” (BANDURA, 1999, p. 196). Como defende Milgrem (1974), a perpetração de desumanidades requer seguidores obedientes, isto é, aqueles que honram suas obrigações com o sistema de autoridade e disseminam suas escolhas morais, mas não sentem responsabilidade pessoal pelos danos que causam.

Como forma de legitimar comportamentos e discursos, são retiradas das pessoas suas qualidades humanas e atribuídas a elas características abomináveis em um processo de (6) *desumanização* que as torna responsáveis por trazer danos a si mesmas. Na (7) *difusão de responsabilidades*, a estratégia passa por ignorar, minimizar, evitar ou não acreditar que a sua conduta pode vir a causar danos prejudiciais a outras pessoas e ao coletivo. Assim, as pessoas veem suas ações como se estivessem emergindo de pressões sociais ou de imposições dos outros em vez de admitir que são pessoalmente responsáveis por sua conduta. E, por fim, com o objetivo de evitar uma autocensura moral, as pessoas buscam fazer uma (8) *atribuição de culpa* quando veem as suas vítimas como merecedoras de punição e isoladamente responsáveis pelos seus atos. Assim, entrar para o crime se reduz a uma escolha pessoal a partir da qual o bandido deve assumir seus prejuízos.

Nesse sentido, o desengajamento moral serve para esta pesquisa como um aporte teórico a partir do qual é possível compreender os posicionamentos

3. Dados de audiência fornecidos pela TV Ponta Negra a partir da pesquisa Kantar Ibope Média 2017.

dos telespectadores do programa policial *Patrulha da Cidade*. A reprodução das estratégias de desengajamento moral utilizadas nos argumentos está identificada nas respostas do grupo de entrevistados como o apoio à violência e à ampliação do sistema punitivo, e ao entendimento de que a criminalidade se combate com disciplina e até de que os direitos humanos só existem para beneficiar aqueles que moralmente ameaçam a ordem social.

Embora seja inegável o reconhecimento – presente nos estudos culturais – de que as percepções dos espectadores possuem relação com as significações e práticas vivenciadas por esse próprio público, é preciso demarcar que este artigo pretende levar em consideração a premissa de que o consumo do conteúdo publicitário e/ou informativo disseminado pelas pautas produzidas nos veículos de comunicação que transmitem programas policiais: a) demanda um reconhecimento de que há disputas de poder envolvidas nos processos de produção, distribuição, acesso e consumo de bens e serviços culturais, especialmente no campo comunicativo; b) necessita reflexão sob a ótica da responsabilidade ética e social desses veículos (STEVANIM, 2016; MOSCO, 1999).

O programa *Patrulha da Cidade*

Com o maior índice de audiência do estado do Rio Grande do Norte, atingindo uma média de 300 mil pessoas diariamente³, o programa *Patrulha da Cidade* é exibido de segunda a sexta, ao meio-dia, na TV Ponta Negra, emissora afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) no estado. Consiste em aproximadamente 1 hora e 20 minutos apresentando a cobertura noticiosa, em especial de violência, criminalidade, investigação policial e segurança pública (RAMOS; PAIVA, 2008) no estado. Com uma linguagem por vezes maniqueísta e opinativa sobre a violência e a criminalidade, o programa é líder de audiência e representa a maior fonte de receita da emissora.

Em um espaço cênico moderno e inovador, com um grande painel televisivo que exibe o logotipo do programa, o apresentador Cyro Robson comporta-se de forma autoritária como um “justiceiro” que advoga contra indivíduos custodiados ou suspeitos, expostos em suas reportagens jornalísticas. Conhecido popularmente por “papinha” em decorrência do seu bordão “quer botar papinha na boca do neguinho”, Cyro é um comunicador popular com vasta trajetória na TV e em diversas emissoras de rádio. Popularmente, o telejornal é conhecido como “Programa do Papinha”. Desde quando assumiu o *Patrulha da Cidade*, em abril de 2011, o programa passou a ser consecutivamente o de maior audiência do estado (SIQUEIRA; SOUZA; NOBRE, 2013).

O discurso opinativo do apresentador seleciona e julga os fatos a partir de uma perspectiva moralista, justificada em uma ação maniqueísta que pode ser compreendida como socialmente aceitável do bem contra o mal,

4. O projeto “Afinal, quem paga a conta?” identificou nove tipos de violações de direitos cometidas pelo programa *Patrulha da Cidade*: 1- desrespeito à presunção de inocência; 2- incitação ao crime e à violência; 3- exposição indevida da pessoa; 4- exposição indevida da família; 5- discurso de ódio e preconceito; 6- identificação de adolescentes em conflito com a lei; 7- violação do direito ao silêncio; 8- tortura psicológica e tratamento desumano ou degradante; 9- incitação à desobediência de leis e decisões judiciais. As violações estão fundamentadas em 12 legislações nacionais, sete leis internacionais multilaterais e três dispositivos de autorregulação jornalística (VARJÃO, 2015).

5. Todas as 1.131 violações de direitos foram denunciadas por uma representação pública contra o programa *Patrulha da Cidade* ao Ministério Público do Estado do Rio Grande do Norte (MPRN), em junho de 2017, que se encontra até o momento desta publicação em análise da 5ª Promotoria de Justiça de Natal.

reforçada pela concepção também construída pelo programa. O programa passa a ser uma plataforma sensacionalista de desengajamento social em que o produto crime produz entretenimento e audiência que possibilitam a criação de um “populismo penal midiático” (GOMES; ALMEIDA, 2013) que atua na defesa explícita da ampliação de um sistema penal punitivo. Nesse sentido, apresentam-se comportamentos e argumentos intolerantes da sociedade diante de um grupo de indivíduos que é culpabilizado e responsabilizado pela violência e insegurança como inimigos do sistema. Diante disso, cria-se uma vontade de punir a qualquer custo, como defende Zaffaroni (2012), a partir de uma “criminologia midiática” que se constitui de estratégias midiáticas de vulgarização das questões criminais, como a manipulação de narrativas; o abuso da emotividade e do senso comum; a reclamação contra a obsolescência e morosidade do processo penal; um perigoso discurso do neopunitivismo propagado que vai na contramão das garantias e direitos constitucionais do indivíduo.

O programa comete violações contra princípios de direitos humanos assinados e ratificados pelo Brasil, bem como contra a Constituição Federal⁴. Os diversos casos de violência apresentados incitam uma indignação irracional sobre a moralidade (BANDURA 1999, 2002, 2004) por meio da qual o sentimento de medo diante da violência espetacularizada pela mídia passa a ser disseminado nos grupos sociais, nos diversos debates e nas agendas públicas e políticas locais.

O monitoramento das violações de direitos dos programas policiais realizado pelo projeto “Afinal, quem paga a conta?”, em curso desde 2017, tem demonstrado que as violações existem e se comprovam: em “25 programas monitorados em 2017 foram encontradas 1.136 violações a direitos, com base nas nove violações apontadas pelo quadro de referência e monitoramento do projeto de pesquisa⁵” (MEIRINHO; SENNA; MADRUGA, 2019, p. 13). De acordo com o *Atlas da Violência 2019*, o Rio Grande do Norte é o estado com maior taxa estimada de homicídios do Nordeste e Natal, a capital brasileira mais violenta, com uma taxa de 73,4 homicídios para cada 100 mil habitantes, enquanto a média brasileira é de 37,6 (IPEA, 2019).

Arquitetando o método da pesquisa

As entrevistas semiestruturadas forneceram dados para uma compreensão da incorporação dos discursos morais pelos telespectadores do programa policial *Patrulha da Cidade* a partir dos temas da violência, da segurança pública, da justiça e dos direitos humanos. A pesquisa buscou compreender ainda os modos de endereçamento (GOMES, 2004) que possibilitam ao programa televisivo estabelecer vínculos e aos seus atores agir como agentes influenciadores de um posicionamento com base no desengajamento moral “a partir da construção de um estilo” (2004, p. 86). Para Itânia Gomes (2004), as estratégias de legitimação desses conteúdos noticiosos televi-

6. Entendemos a amostra não probabilística ou por conveniência como uma forma de selecionar um grupo de indivíduos empregados nesta pesquisa pela disponibilidade e pelo critério de indicação e inclusão de participação e que esta não possibilita análises mais gerais que apenas seriam possíveis com amostras selecionadas por meio de um critério estatístico (BICKMAN; ROG, 1997).

7. Neste artigo foram preservadas as identidades dos participantes com o intuito de confidencialidade e com a finalidade de proteger a sua privacidade.

8. Dados de audiência fornecidos pela TV Ponta Negra, da pesquisa Kantar Ibope Media, 2017.

vos são reconhecidas de forma cúmplice pela audiência através de vigilância, agilidade na construção da notícia, performance cênica e linguagem que produz um efeito de credibilidade e de realismo em suas narrativas. John Hartley (2001) compartilha o conceito de endereçamento sobre “quem e o que a audiência é” (2001, p. 93) em uma leitura de “orientação para o receptor” (2001, p. 88).

As entrevistas seguiram um roteiro aberto semiestruturado de perguntas aplicadas a todos os entrevistados. Diante da impossibilidade de realizar um cálculo preciso para a obtenção de uma amostra representativa, foi selecionado um método de amostragem não probabilística⁶ (BICKMAN; ROG, 1997) que utiliza cadeias de informantes de referência por meio da técnica conhecida como “amostragem em bola de neve” ou *snowball sampling* (BIERNACKI; WALDORF, 1981). A amostragem em bola de neve possibilitou que cada informante apresentasse a indicação de outras pessoas do seu conhecimento, dentre suas comunidades de relação, de sujeitos que se enquadravam nos critérios e no perfil (BALDIN; MUNHOZ, 2011) de telespectadores de média para alta frequência de audiência. A indicação era sucessiva e o “ponto de saturação” (BALDIN; MUNHOZ, 2011), quando entrevistados passaram a repetir conteúdos já obtidos nas entrevistas anteriores sem acrescentar novas informações relevantes à pesquisa, se deu na 10ª entrevista.

Foram realizadas 10 entrevistas na casa dos telespectadores com suas devidas autorizações e consentimentos⁷. Foram oito individuais e duas aplicadas com dois entrevistados simultaneamente, sendo seis mulheres e quatro homens com idades entre 29 e 85 anos, residentes na região metropolitana da Grande Natal no Rio Grande do Norte. A frequência de assiduidade na audiência do programa varia de três a cinco vezes por semana, por razões gerais de disponibilidade resultantes de atividades domésticas e profissionais. Noventa por cento dos entrevistados informaram assistir ao programa *Patrulha da Cidade* pela televisão ao vivo, ao passo que um deles informou acompanhá-lo a partir das redes sociais (Facebook) e dos conteúdos on-line disponibilizados diariamente no site do programa como forma de adaptação da audiência ao seu horário de trabalho.

As entrevistas foram realizadas em outubro de 2019 e seguem o perfil da audiência⁸ dos telespectadores do programa: 70% são do sexo feminino, 43% possuem idade entre 25 e 49 anos e 34% têm mais de 50 anos, enquanto 57% são indivíduos da classe C e 31% das classes D e.

As questões presentes no roteiro das entrevistas semiestruturadas foram segmentadas em duas categorias de análise com o objetivo de perceber o posicionamento do grupo de telespectadores a partir do desengajamento moral de seus discursos. A primeira parte, (1) *Percepções gerais sobre o programa Patrulha da Cidade*, envolve questões referentes à percepção dos entrevistados sobre o programa e seus atores (apresentador e repórteres).

Tabela 1 – Perfil do grupo de entrevistados. Fonte: Elaboração própria.

Entrevistado/a	Idade	Gênero	Cor/raça	Grau de instrução	Estado civil	Profissão/ atuação	Assiduidade na audiência
Entrevistado 1	72	M	Parda	Ensino médio completo	Solteiro	Aposentado/ Autônomo	5 vezes por semana
Entrevistada 2	79	F	Parda	Alfabetizada	Casada	Dona de casa	5 vezes por semana
Entrevistado 3	31	M	Pardo	Ensino médio completo	Casado	Vigilante	3 a 4 vezes por semana
Entrevistada 4	55	F	Parda	Alfabetizada	Casada	Dona de casa	5 vezes por semana
Entrevistado 5	29	M	Preta	Superior incompleto	Solteiro	Assistente administrativo	Até 2 vezes por semana
Entrevistada 6	71	F	Branca	Alfabetizada	Viúva	Atuação política (candidata a vereadora)	5 vezes por semana
Entrevistada 7	85	F	Parda	Ensino médio incompleto	Viúva	Dona de casa	5 vezes por semana
Entrevistada 8	55	F	Parda	Ensino fundamental completo	Casada	Dona de casa	5 vezes por semana
Entrevistada 9	58	F	Parda	Ensino médio completo	Casada	Aposentada	5 vezes por semana
Entrevistado 10	61	M	Branca	Ensino médio completo	Casado	Desempregado	5 vezes por semana

A segunda categoria se debruça em torno das (2) *Percepções sobre violência, segurança pública, justiça e direitos humanos* e compreende perguntas relacionadas a segurança, atuação das autoridades policiais e avaliação geral dos sistemas de segurança pública e de justiça criminal. As percepções sobre direitos humanos têm o propósito de compreender os posicionamentos morais dos entrevistados acerca dos discursos e práticas que circundam a concepção de proteção dos direitos humanos, considerando que nenhum dos entrevistados compreende o *Patrulha da Cidade* como um programa que viola direitos humanos. Para além desse fato, a maioria dos espectadores do programa partilha o discurso de tensionamento das questões e perspectivas referentes aos direitos humanos difundido em parte dos programas policiaiscos.

Resultados da pesquisa

1. Percepções gerais sobre o programa Patrulha da Cidade

A maioria dos entrevistados do grupo de telespectadores (nove dos 10) informou que acompanha diariamente o programa. Entre os atores com maior destaque, eles reconhecem o apresentador, seguido dos seus repórteres. Quatro participantes da pesquisa (entrevistado 3 e entrevistadas 2, 7 e 8) citaram que gostam da presença dos representantes comerciais das marcas que fazem o *merchandising* e recebem o endosso do apresentador durante o programa a partir de uma interação mais próxima e “divertida”, com linguagem popular reiterada por meio do testemunho publicitário

(BALASUBRAMANIAN; KARRH; PATWARDHAN, 2006). Uma das entrevistadas (entrevistada 6) considera as publicidades como pertinentes. Com percepções diversas, três entrevistados não apresentaram julgamento com relação às publicidades, ao passo que três dos entrevistados julgaram-nas desnecessárias, de conteúdo excessivo que desvirtua o foco noticioso do programa.

É porque, se o programa é ouvido naquele horário, então a propaganda também, eles querem que seja naquele horário, né? E atrapalha muito. Infelizmente é o ganho da empresa, né? O ganho da empresa são as propagandas, né? Tem que ter. Não é nós gostar [sic], não. Tem que ter a propaganda. A empresa passa a ganhar dinheiro dela. Quem dá dinheiro é a propaganda. (informação verbal, Entrevistado 1)

De acordo com o relatório *A publicidade como estratégia de financiamento dos programas policiais* (ANDI COMUNICAÇÃO E DIREITOS, 2019), o *merchandising* é um dos formatos mais lucrativos de financiamento dos programas policiais televisivos e mais rentáveis para as emissoras, seguido das cotas de patrocínio e das peças publicitárias veiculadas nos intervalos comerciais entre os blocos do programa. O potencial financeiro obtido pela publicidade opera uma dimensão de penetração do programa no público e nos domicílios, bem como nos investimentos e no posicionamento de mercado local da emissora TV Ponta Negra. Como informa Gørgen (2009), esse posicionamento de proeminência visa a se beneficiar da credibilidade e preferência que a emissora ocupa no imaginário da sua audiência como fonte primária de obtenção e de protagonismo “com as causas de interesse da sociedade” (GØRGEN, 2009, p. 97). Ao mencionar essas publicidades, a maior parte dos entrevistados apenas se refere aos patrocinadores que aparecem nos momentos de merchandising (BALASUBRAMANIAN; KARRH; PATWARDHAN, 2006).

Gosto muito da “Loja de enxovais X”, do programa que ele faz... porque é realista. Ali não é mentira. É realidade. Gosto do programa... da apresentação que ele faz da “Ótica Y” porque já é a realidade pra quem tem pouco dinheiro, que vai pegar a promoção. (informação verbal, Entrevistada 6)

Os entrevistados utilizam-se do mecanismo de (4) *minimização, ignorância ou distorção das consequências* (BANDURA, 2002, p. 108), ignorando as consequências de a publicidade intervir no conteúdo editorial e no posicionamento do programa. Para os entrevistados, não ficam evidentes os vínculos entre as empresas e grupos que anunciam nos intervalos comerciais como financiadores do programa. Cerca de 90% são de natureza institucional privada com o objetivo de comercialização de produtos e serviços. Órgãos de natureza estatal, como a Prefeitura de Natal e as Forças Armadas, destacam-se por meio de anúncios de campanhas de interesse público, como a inauguração de obras públicas, investimentos na área de segurança pública



e campanhas de registro civil. Também detêm cotas publicitárias das empresas de segurança privada. Uma das entrevistadas demonstra incômodo com relação aos “excessos” do apresentador em suas interações e comentários de mau gosto, em parte preconceituosos, com os colaboradores nos momentos de *merchandising* e informa que espera uma postura mais profissional.

Tem umas brincadeiras que eu não gosto. Inclusive as brincadeiras dele com aquele rapaz da “Loja de enxovais X”. Eu acho assim... que não fica bem um programa tão conceituado e tudo [sic] ... a pessoa tão querida como ele e o rapaz também, que trabalha num lugar muito bom, que a gente... por sinal, eu sou fã da “Loja de enxovais X”, não é? (informação verbal, Entrevistada 7)

Os argumentos da entrevista podem ser percebidos como uma (3) *linguagem eufemística* (BANDURA, 2002, p. 104) minimizando o aspecto imoral do comportamento do apresentador por meio de um eufemismo que se reproduz em outros discursos proferidos. O programa policialesco se caracteriza como um produto que conta com suas redes de financiamento “para construir sua imagem e relevância social” (ROMÃO, 2013, p. 69) através da associação discursiva de superficialidade, dramatização e apelo às imagens e linguagens populares, característicos do sensacionalismo (RAMOS, 2012). Se, por um lado, os conteúdos são financiados por empresas privadas, não é perceptível para os entrevistados como essa estrutura molda os modos de endereçamento (GOMES, 2004) com o intuito de ativar sensações e estruturar o não abandono de audiência do espectador afetado, redesenhando o programa conforme a elevação ou diminuição dos níveis de audiência.

Sobre a abordagem temática, o *Patrulha da Cidade* busca processar certas demandas da sua audiência (DE MORAES, 2010) por informações sobre segurança pública através de um modo de endereçamento (GOMES, 2004) que mescla linguagem e materiais visuais, sonoros e discursivos com um formato de entretenimento. Essa estratégia possibilita que os telespectadores reproduzam as narrativas e posicionem o seu discurso de forma leviana, frívola e irresponsável e que, assim, compartilhem dos posicionamentos construídos pelo veículo de comunicação. O programa, em sua “capacidade manipulativa extremamente aguçada” (ROMÃO, 2013, p. 69), faz o encaminhamento das raivas e frustrações sociais, depositando nos indivíduos apresentados na televisão o desengajamento moral a partir da atribuição de culpa, do julgamento moral e da difusão de responsabilidades (BANDURA, 1999, 2002, 2004) que envolvem as questões da segurança e da violência. Pode ser compreendido como uma oferta de diversão danosa, que não é concretizada pela narrativa sádica das histórias. Os conteúdos seguem um argumento adorniano de produção cultural massiva simulada, de baixa qualidade e abordagem superficial. Uma experiência híbrida entre informação, entretenimento e consumo.



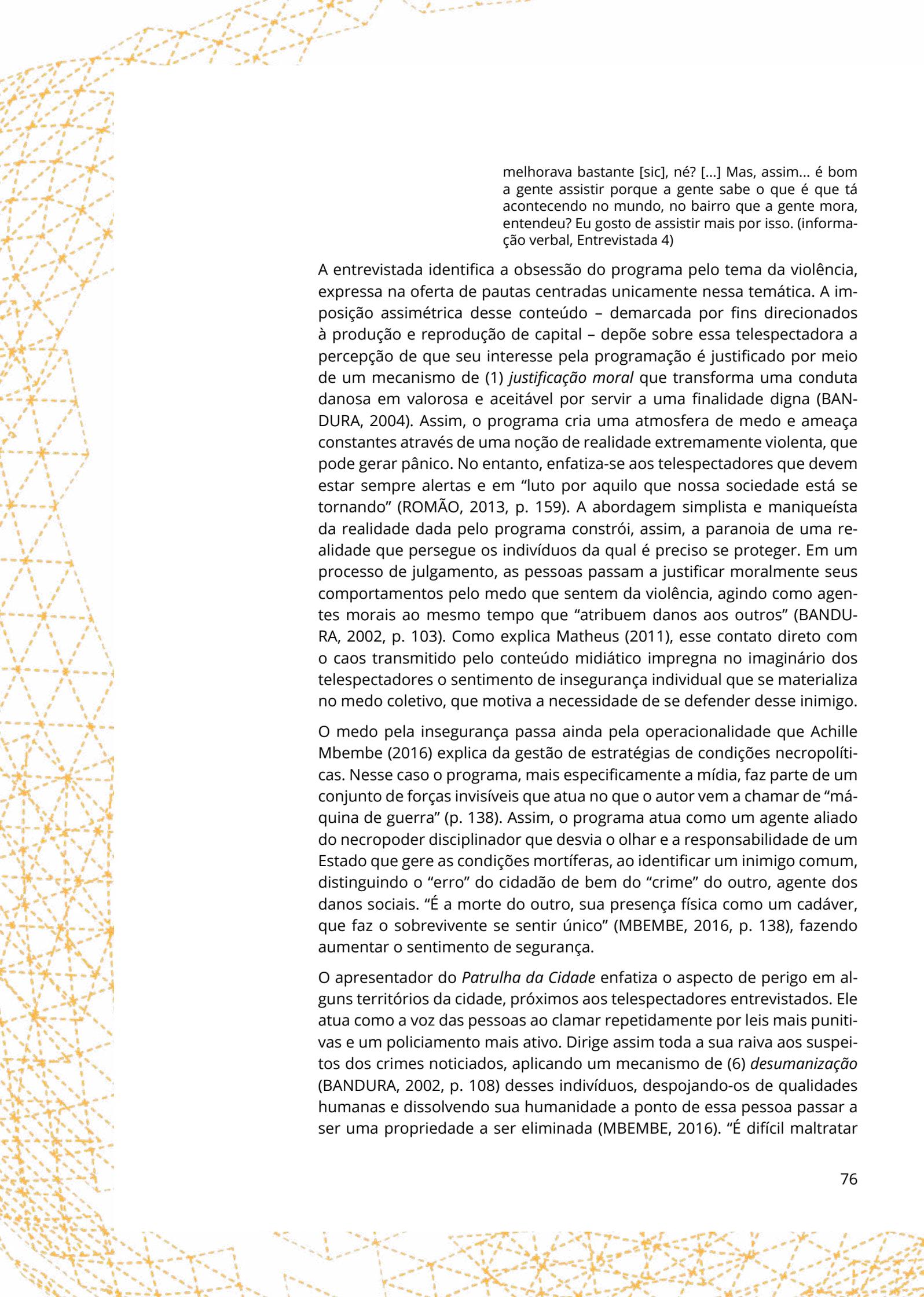
Entre os 10 entrevistados, oito (quatro homens e quatro mulheres) declararam que o que mais os atrai no *Patrulha da Cidade* são as informações dos acontecimentos relacionados à segurança pública e à violência, bem como as necessidades estruturais dos bairros da Grande Natal. O valor-notícia privilegia a proximidade geográfica do telespectador a partir da identificação dos personagens (AMARAL, 2006) e, assim, amplia as possibilidades de se resguardar do problema da violência. A estratégia de endereçamento da proximidade passa pela tentativa de participação de “pessoas comuns” como testemunhas que endossam os argumentos enquanto mecanismo de desengajamento moral da violência. É a utilização de linguagem eufemística (BANDURA, 2002, 2004) que mascara o encaminhamento dos discursos agressivos a um grupo social através de um estilo linguístico simples, coloquial e com uso de gírias e palavrões. As percepções dos entrevistados em torno do posicionamento do apresentador são minimizadas a partir da distorção de consequências segundo a qual ele faz “o mal” pelo “bem”, em uma clara conexão com a estratégia (4) de *minimização, ignorância ou distorção das consequências* (BANDURA, 2002, p. 108).

Para Romão (2013, p. 136), a proximidade entre apresentador e público telespectador como iguais “produz certa identificação”. Tal confiança conquistada desconsidera a possibilidade de a audiência duvidar das intenções do programa policial. Desse modo, os entrevistados enfatizam o aspecto informativo de forma preventiva em um (5) *deslocamento de responsabilidades* (BANDURA, 2002) em seu papel questionador junto ao poder público, bem como o espaço de participação para o qual podem enviar suas reivindicações, via telefone ou redes sociais, tanto de melhorias estruturais dos bairros quanto de segurança pública. Contudo, essa “abertura” para reivindicação popular na programação permanece, em sua maioria, restrita a demandas especificamente pontuais, que nem sempre são prontamente atendidas na instância governamental.

2. Percepções sobre violência, segurança pública, justiça e direitos humanos

Entre os fatores que mais desagradam os telespectadores participantes, duas das entrevistadas destacam a ênfase dada à exposição de crimes hediondos (como homicídios) e a violência exacerbada apresentada na narrativa da cobertura difamatória da violência, reiterando sempre a preocupação com se sentirem vulneráveis.

Assim, do Patrulha, o que eu gostasse [sic] de melhorar é assim... porque, na verdade, a gente assiste, mas assim... só passa mais violência, né? Coisa de violência... é muita morte, muito roubo, muito assalto, entendeu? Muita criança morrendo. Os pais matando os filhos, os filhos matando os pais, entendeu? Aí, é assim... se passasse outras coisas sem ser violência [sic], quer dizer,



melhorava bastante [sic], né? [...] Mas, assim... é bom a gente assistir porque a gente sabe o que é que tá acontecendo no mundo, no bairro que a gente mora, entendeu? Eu gosto de assistir mais por isso. (informação verbal, Entrevistada 4)

A entrevistada identifica a obsessão do programa pelo tema da violência, expressa na oferta de pautas centradas unicamente nessa temática. A imposição assimétrica desse conteúdo – demarcada por fins direcionados à produção e reprodução de capital – depõe sobre essa telespectadora a percepção de que seu interesse pela programação é justificado por meio de um mecanismo de (1) *justificação moral* que transforma uma conduta danosa em valorosa e aceitável por servir a uma finalidade digna (BANDURA, 2004). Assim, o programa cria uma atmosfera de medo e ameaça constantes através de uma noção de realidade extremamente violenta, que pode gerar pânico. No entanto, enfatiza-se aos telespectadores que devem estar sempre alertas e em “luto por aquilo que nossa sociedade está se tornando” (ROMÃO, 2013, p. 159). A abordagem simplista e maniqueísta da realidade dada pelo programa constrói, assim, a paranoia de uma realidade que persegue os indivíduos da qual é preciso se proteger. Em um processo de julgamento, as pessoas passam a justificar moralmente seus comportamentos pelo medo que sentem da violência, agindo como agentes morais ao mesmo tempo que “atribuem danos aos outros” (BANDURA, 2002, p. 103). Como explica Matheus (2011), esse contato direto com o caos transmitido pelo conteúdo midiático impregna no imaginário dos telespectadores o sentimento de insegurança individual que se materializa no medo coletivo, que motiva a necessidade de se defender desse inimigo.

O medo pela insegurança passa ainda pela operacionalidade que Achille Mbembe (2016) explica da gestão de estratégias de condições necropolíticas. Nesse caso o programa, mais especificamente a mídia, faz parte de um conjunto de forças invisíveis que atua no que o autor vem a chamar de “máquina de guerra” (p. 138). Assim, o programa atua como um agente aliado do necropoder disciplinador que desvia o olhar e a responsabilidade de um Estado que gere as condições mortíferas, ao identificar um inimigo comum, distinguindo o “erro” do cidadão de bem do “crime” do outro, agente dos danos sociais. “É a morte do outro, sua presença física como um cadáver, que faz o sobrevivente se sentir único” (MBEMBE, 2016, p. 138), fazendo aumentar o sentimento de segurança.

O apresentador do *Patrulha da Cidade* enfatiza o aspecto de perigo em alguns territórios da cidade, próximos aos telespectadores entrevistados. Ele atua como a voz das pessoas ao clamar repetidamente por leis mais punitivas e um policiamento mais ativo. Dirige assim toda a sua raiva aos suspeitos dos crimes noticiados, aplicando um mecanismo de (6) *desumanização* (BANDURA, 2002, p. 108) desses indivíduos, despojando-os de qualidades humanas e dissolvendo sua humanidade a ponto de essa pessoa passar a ser uma propriedade a ser eliminada (MBEMBE, 2016). “É difícil maltratar



peças humanizadas sem correr risco de uma angústia pessoal e da auto-condenação” (BANDURA, 2002, p. 109). O apresentador expõe os indivíduos em suas formas monstruosas, tornando-os criaturas bestiais degeneradas. Assim, são criadas as condições ideais para que os agentes da moralidade possam produzir comportamentos e deflagrar discursos extraordinariamente cruéis.

Os telespectadores dizem se sentir representados em seus pedidos de justiça, que se configuram como um posicionamento de vingança ostentado pelos comentários do apresentador. Entre as características observadas pelos entrevistados sobre o apresentador, estão marcados atributos como a sinceridade, a honestidade e a crença de que ele é justo, positivo e valoriza a verdade sem poupar palavras, em um processo de (7) *difusão de responsabilidades* (BANDURA, 2002, p. 107). Ele aparece como interlocutor em um espetáculo divertido, mas que revela uma realidade cruel e desumana como mais tolerável, ao mesmo tempo que age como fomentador da intolerância e condenação pública dos cidadãos indesejáveis ao utilizar sua audiência em um tribunal midiático (FREITAS, 2016) que passa a concordar com seus comportamentos e discursos.

Quando o programa indica quem são os malfeitores responsáveis por ameaçar a moral, num processo de (8) *atribuição de culpa* (BANDURA, 2002, p. 110), os entrevistados telespectadores parecem se encarregar de condenar e expurgar esses indivíduos da sociedade. Esse expurgo se dá pelo “desejo irresistível de agredir os ditos marginais” (ROMÃO, 2013 p. 171). O programa *Patrulha da Cidade* passa a cumprir, assim, um ideal disciplinador que se respalda em práticas punitivas foucaultianas fundamentadas em aparelhos e instituições que assumem um papel de vigilância sobre os indivíduos por meio de normas disciplinares de classificação e hierarquização destes. No limite, essas práticas exercem um poder disciplinar que demarca corpos e lhes impõe condutas fundamentadas em controle, separação, encarceramento e punição (FOUCAULT, 1987). Esse processo se desenvolve em um mecanismo de (5) *deslocamento de responsabilidades*. As narrativas originadas no programa consideram o delito como uma violação da moralidade abominável, conclamando assim a sociedade, pressionando os seus órgãos e instituições, a aplicar os dispositivos disciplinares de punição. Em alguns casos, como vamos ver mais adiante, passa a ser um argumento que justifica sanções mais drásticas, como a pena de morte, enquanto mecanismo de rápida eficácia.

Em geral, os entrevistados apresentam um olhar positivo sobre como a polícia tenta ao máximo cumprir sua função de garantir a segurança. Mas existem alguns fatores que a impedem desse propósito: os direitos humanos, que na opinião dos entrevistados libertam no mesmo dia os bandidos em função da implementação das audiências de custódia.



A questão de que os direitos humanos realmente são pra bandido [sic] é porque... quando a gente vê essa situação aí, que hoje tem a famosa audiência de custódia. Quando o cara é preso em flagrante delito, vai pra audiência de custódia, pra saber como ele foi tratado e tal, se foi bem tratado pelos policiais... aí, tudo bem... não é errado, não, porque policial não tem que estar batendo, não. (informação verbal, Entrevistado 3)

O entrevistado assim utiliza a estratégia de desengajamento moral pela (2) *comparação vantajosa* (BANDURA, 2002, p. 105) em que aponta mais benefícios aos indivíduos detidos em flagrante do que a própria efetivação do direito destes à audiência de custódia. Para os entrevistados, as violações aos direitos humanos cometidas pela polícia devem-se à omissão do poder público na área da segurança pública e são justificadas pelas más condições de trabalho, com déficit no quadro efetivo, insegurança, falta de armamentos, baixos salários e risco de vida dos policiais. Nos discursos da maioria dos entrevistados, a polícia não viola os direitos humanos e, se há problemas ou falhas, estas não são atribuídas a ações individuais dos policiais, mas às autoridades responsáveis por sua gestão, em uma clara utilização de uma (2) *linguagem eufemística*.

Na minha opinião são uns guerreiros porque hoje a Polícia do RN, ela [sic] tá com um déficit de quase 80%. É uma porcentagem bem alta, né? E tem mostrado serviço. Porém, o poder público em si tem deixado a desejar nessa área de segurança. Ela tem o trabalho de enxugar gelo, na minha opinião, aqui no RN, certo? (informação verbal, Entrevistado 3)

A justiça, para o grupo de entrevistados, só acontece por meio da resolução de casos de grande repercussão midiática. Apenas uma entrevistada (3) relatou um caso de um homem que havia sido acusado de um crime injustamente e foi preso, mesmo sendo inocente. A maioria dos entrevistados admitiu que não vivencia uma sensação de segurança e acredita na ineficácia da justiça propagada pelo programa policial. Todos os entrevistados mencionaram brechas na efetivação da justiça e alguns telespectadores participantes da pesquisa criticaram exemplos veiculados que abordam a flexibilidade que o Estatuto da Criança e Adolescente (ECA) possibilita. Para um dos entrevistados, grande parte dos problemas na segurança pública é fruto da corrupção e do envolvimento de grupos políticos dominantes com atividades criminosas, que contribuem para o desenvolvimento da percepção de que a justiça é falha e de que não é aplicada de modo efetivo na sociedade (8 - *atribuição de culpa*). As responsabilidades passam a ser difusas (7) e os argumentos são colocados de forma coletiva, em um mecanismo de utilização do senso comum como estratégia de anonimato para que ninguém realmente se sinta responsável pelo desengajamento moral empregado, utilizando-se de uma *justificativa moral* (1).



Na percepção de todos os entrevistados, o programa policial não comete violações aos direitos humanos. Segundo as opiniões, o que acontece é que, às vezes, no calor da emoção e como resultado da indignação, o apresentador fala coisas que não deveriam ser ditas. E os telespectadores entrevistados se sentem representados por essas falas do apresentador, pois para a maioria dos entrevistados os direitos humanos representam apenas os direitos dos bandidos e atrapalham a atuação da polícia, inclusive por haver distinção de acordo com a idade das pessoas que cometem crimes.

[...] Os direitos humanos era [sic] pra ser pra gente, não pra eles. Porque é a gente quem [sic] anda fazendo as coisas certas. Bandido não faz nada certo, só faz tudo errado. [...] Eu acho que esses direitos humanos era pra ser [sic] só pra quem anda na linha. Quem anda fora da linha, deixa o trem pegar [risos]. (informação verbal, Entrevistado 1)

Na percepção dos entrevistados, as leis deveriam ser mais duras com relação a crianças e adolescentes, assim como nos EUA. O argumento de (8) *atribuição de culpa* de alguns telespectadores é que os representantes dos direitos humanos não defendem o cidadão honesto que foi vítima da violência, mas vão em auxílio de um adolescente em conflito com a lei.

Quando a gente vê que pronto... morre um policial em combate, acontece alguma coisa com um cidadão, a casa é invadida, é assaltado, é humilhado, sofre trauma. A gente não vê o pessoal dos direitos humanos resguardando essas pessoas, né? Fica a desejar essa parte aí. Porque ela faz a parte dela em relação... a lei [sic], quando o bandido é acolhido pela polícia, ela vai fazer a parte dela, mas também, quando o cidadão de bem sofre por causa do bandido ou policial em combate, ela não resguarda o cidadão de bem. (informação verbal, Entrevistado 3)

Fica registrada a estratégia de (4) *minimização, ignorância ou distorção das consequências* a partir da percepção de alguns entrevistados de que muitos direitos são oferecidos a pessoas que não os merecem, afirmando que as pessoas “de bem” estão em desvantagem e que os direitos humanos deveriam defender a todos.

Porque o “de menor” [sic] vai preso hoje, quando é amanhã tá na rua [sic]. E a gente, pegando na hora, dá uma boa sola de pau e resolve tudo. E a gente fica pelo menos vingado, pelo menos naquela hora, a gente fez aquilo ali. Porque o “de menor”, ele [sic] tem todo o direito de fazer e matar e bater e estuprar e não tem prisão, não tem cadeia. Vai lá pra uma escola de roubo [mencionando o sistema socioeducativo]. A escola pra um aluno ser reeducado, um bandido, ladrão, tem que ter trabalho, tem que ter estudo, tem que ter campinho de futebol, cabeça livre... aprende é mais vagabundagem [sic]. (informação verbal, Entrevistado 1)

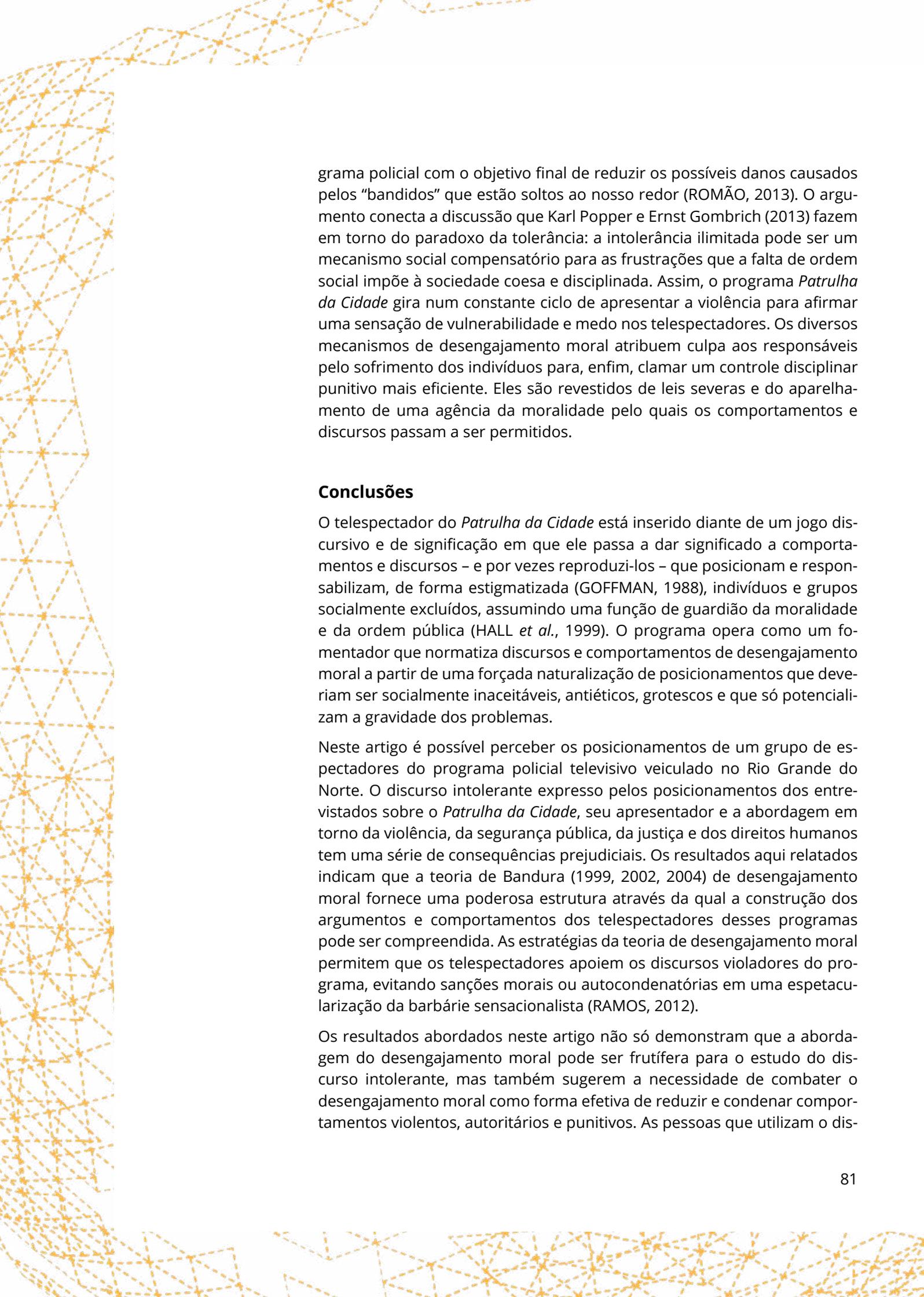


Para Romão (2013), o simples pedido pela efetivação de leis mais rigorosas parece não encerrar a questão do controle de forma clara e raivosa, tampouco o desejo de agressão que se tem em relação aos bandidos. A defesa da pena de morte exemplifica que não basta punir e isolar a pessoa que comete um delito, é preciso que ela se arrependa de suas “escolhas” através do sofrimento, da tortura ou de sua vida. São claras as críticas aos defensores dos direitos humanos, que levam os entrevistados a fazer o mesmo questionamento: como seria possível alguém querer que quem comete o mal tenha algum tipo de privilégio? De forma mais ou menos enfática, todos os entrevistados telespectadores do programa concordam que bandidos têm que ser tratados de forma desumana, pois “o mal deve ser combatido a qualquer preço para que o bem vença” (AROUÇA, 2003, p. 54). Assim os mecanismos de (4) *minimização, ignorância ou distorção das consequências* passam a ser conjugados com a (6) *desumanização* e a (8) *atribuição de culpa*.

A estratégia enunciativa do programa flerta com a ideia de que o Estado e as pessoas têm a liberdade de agredir qualquer um que se oponha a sua concepção de ordem e moralidade, o que se expressa tanto na agressividade contida no sujeito quanto nas diversas ofensas proferidas pelo apresentador. Esses comportamentos representam bons indicativos de justiça a partir de uma (1) *justificativa moral*. Assim como apresenta Ferrés (1996, p. 171), o valor sedutor e os endereçamentos dados à informação por esses programas apresentam desgraças, mortes e ameaças como forma de ativar “uma dimensão interna mais reprimida, a mais negada social e pessoalmente, a do mal que existe no interior de cada pessoa, sempre em conflito com o bem”. Assim, “as notícias sensacionais funcionam como se cada reportagem fosse um repositório de personagens, dramas, sensações e afetos” (MATHEUS, 2011, p. 18).

O conteúdo do programa apresenta por vezes detalhes aparentemente desnecessários do ponto de vista informativo, mas funcionais para o formato sensacionalista, que servem como forma de intensificar e enquadrar os fatos como extraordinários. A informação passa a ser mero acessório e o fato é construído pelo detalhe sórdido, pelo horror da violência apresentada de forma grotesca e pelo estímulo à justiça acima dos valores morais e dos direitos humanos (VOLANIN, 2013). O *Patrulha da Cidade* se declara um programa de jornalismo, não de entretenimento, porém não coloca o telespectador verdadeiramente em contato com todos os fatos; emprega uma estratégia de comunicabilidade que lhe garanta audiência e popularidade. O formato do programa policial passa pela possibilidade de reconhecimento dos telespectadores que reproduz o desengajamento moral (BANDURA, 1999, 2002, 2004) sem uma argumentação ou defesa própria dos seus argumentos intolerantes.

O apelo por penas mais severas e por mais dispositivos de segurança que legitimam câmeras de vigilância corroboram a narrativa discursiva do pro-



grama policial com o objetivo final de reduzir os possíveis danos causados pelos “bandidos” que estão soltos ao nosso redor (ROMÃO, 2013). O argumento conecta a discussão que Karl Popper e Ernst Gombrich (2013) fazem em torno do paradoxo da tolerância: a intolerância ilimitada pode ser um mecanismo social compensatório para as frustrações que a falta de ordem social impõe à sociedade coesa e disciplinada. Assim, o programa *Patrulha da Cidade* gira num constante ciclo de apresentar a violência para afirmar uma sensação de vulnerabilidade e medo nos telespectadores. Os diversos mecanismos de desengajamento moral atribuem culpa aos responsáveis pelo sofrimento dos indivíduos para, enfim, clamar um controle disciplinar punitivo mais eficiente. Eles são revestidos de leis severas e do aparelhamento de uma agência da moralidade pelo quais os comportamentos e discursos passam a ser permitidos.

Conclusões

O telespectador do *Patrulha da Cidade* está inserido diante de um jogo discursivo e de significação em que ele passa a dar significado a comportamentos e discursos – e por vezes reproduzi-los – que posicionam e responsabilizam, de forma estigmatizada (GOFFMAN, 1988), indivíduos e grupos socialmente excluídos, assumindo uma função de guardião da moralidade e da ordem pública (HALL *et al.*, 1999). O programa opera como um fomentador que normatiza discursos e comportamentos de desengajamento moral a partir de uma forçada naturalização de posicionamentos que deveriam ser socialmente inaceitáveis, antiéticos, grotescos e que só potencializam a gravidade dos problemas.

Neste artigo é possível perceber os posicionamentos de um grupo de espectadores do programa policial televisivo veiculado no Rio Grande do Norte. O discurso intolerante expresso pelos posicionamentos dos entrevistados sobre o *Patrulha da Cidade*, seu apresentador e a abordagem em torno da violência, da segurança pública, da justiça e dos direitos humanos tem uma série de consequências prejudiciais. Os resultados aqui relatados indicam que a teoria de Bandura (1999, 2002, 2004) de desengajamento moral fornece uma poderosa estrutura através da qual a construção dos argumentos e comportamentos dos telespectadores desses programas pode ser compreendida. As estratégias da teoria de desengajamento moral permitem que os telespectadores apoiem os discursos violadores do programa, evitando sanções morais ou autocondenatórias em uma espetacularização da barbárie sensacionalista (RAMOS, 2012).

Os resultados abordados neste artigo não só demonstram que a abordagem do desengajamento moral pode ser frutífera para o estudo do discurso intolerante, mas também sugerem a necessidade de combater o desengajamento moral como forma efetiva de reduzir e condenar comportamentos violentos, autoritários e punitivos. As pessoas que utilizam o dis-

curso moral desengajador não conseguem perceber quão rapidamente os argumentos podem se voltar contra elas e assim podem tornarem-se vítimas, especialmente quando estão em condição de subalternidade de raça, classe ou gênero. Ao assistirem diariamente ao programa policial *Patrulha da Cidade*, esses cidadãos não são tocados pela aversão ou rejeição daquilo a que assistem.

Assim, o telespectador pode vir a reproduzir os padrões morais de que a sociedade sempre se utilizou como distinção e normatividade, extravasando uma versão reprimida e escondida no seu contexto disciplinador, homofóbico, patriarcal, preconceituoso e autoritário. As declarações e manifestações morais nem sempre levam à perspectiva de que os telespectadores sejam apoiadores da violência e do Estado punitivo, mas, organizando o discurso pela teoria do desengajamento moral, os indivíduos passam a aceitar e incorporar essa retórica porque julgam que o contexto a justifica. Assim, os padrões morais são relevados e a responsabilidade passa a ser do indivíduo ou grupo que merece a violência em uma lógica inversa de engajamento enquanto forma compensatória. Condenar atitudes que estejam fora dos padrões morais faz com que os espectadores se sintam representados coletivamente pelo formato e pela abordagem do conteúdo televisivo.

Referências

AMARAL, M. F. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

ANDI COMUNICAÇÃO E DIREITOS. **A publicidade como estratégia de financiamento dos programas policiais**. Brasília: ANDI; ALANA; INTERVOZES, 2019. Disponível em: <https://www.andi.org.br/publicacao/publicidade-como-estrategia-de-financiamento-dos-programas-policialescos>. Acesso em: 24 jul. 2020.

AROUCA, M. A. B. **Cidade Alerta: o dito e o feito**. 2003. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

AZAMBUJA, D. **Introdução à ciência política**. Rio de Janeiro: Globo Livros, 2008.

BALASUBRAMANIAN, S. K.; KARRH, J. A.; PATWARDHAN, H. Audience response to product placement: an integrative framework and future research agenda. **Journal of Advertising**, v. 35, n. 3, p. 115-141, 2006.

BALDIN, N.; MUNHOZ, E. M. Educação ambiental comunitária: uma experiência com a técnica de pesquisa snowball (bola de neve). **REMEA-Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, v. 27, 2011.

BANDURA, A. Moral Disengagement in the Perpetration of Inhumanities. **Personality and Social Psychology Review**, v. 3, n. 3, p. 193-209, 1999.

BANDURA, A. Selective Moral Disengagement in the Exercise of Moral Agency. **Journal of Moral Education**, v. 31, n. 2, p. 101-119, 2002.

BANDURA, A. The role of selective moral disengagement in terrorism and counterterrorism. In: MOGHADDAM, F. M.; MARSELLA, A. J. (Eds.). **Understanding terrorism: Psychosocial roots, consequences, and interventions**. Washington: American Psychological Association, 2004. p. 121-150.

BICKMAN, L.; ROG, D. J. **Handbook of applied social research methods**. Thousand Oaks: Sage, 1997.

BIERNACKI, P.; WALDORF, D. Snowball Sampling: Problems and techniques of Chain Referral Sampling. **Sociological Methods & Research**, v. 10, n. 2, p. 141-163, Nov. 1981.

CANO, I. Direitos humanos, criminalidade e segurança pública. In: VENTURI, G. (Org.). **Direitos humanos: percepções da opinião pública: análises de pesquisa nacional**. Brasília: Secretaria Especial de Direitos Humanos, 2010, p. 65-75.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução: Raquel Ramalho. Petrópolis: Vozes, 1987.

FREITAS, M. J. D. A dramatização midiática e o tribunal do júri. In: **ENCONTRO DE PESQUISAS JUDICIÁRIAS DA ESCOLA SUPERIOR DA MAGISTRATURA DO ESTADO DE ALAGOAS**, 4., 2016, Maceió. Anais [...]. Maceió: ENPEJUD, 2016.

GOFFMAN, E. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

GOMES, I. M. M. Quem o Jornal do SBT pensa que somos? Modo de endereçamento no telejornalismo show. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 25, 2004.

GOMES, L. F.; ALMEIDA, D. S. **Populismo penal midiático: caso mensalão, mídia disruptiva e direito penal crítico**. São Paulo: Saraiva, 2013.

GÖRGEN, J. Sistema **Central de Mídia**: proposta de um modelo sobre os conglomerados de comunicação no Brasil. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

HALL, S.; CHRITCHER, C.; JEFFERSON, T.; CLARKE, J.; ROBERTS, B. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias**. 2. ed. Lisboa: Vega, 1999. p. 224-248.

HARTLEY, J. **Understanding News**. London: Routledge, 2001.

IGLESIAS, F. Desengajamento moral. In: BANDURA, A.; AZZI, R. G.; POLYDORO, S. (Orgs.). **Teoria social cognitiva: conceitos básicos**. Porto Alegre: Artes Médicas, 2008. p. 165-176.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Atlas da Violência 2019**. Brasília: Rio de Janeiro: São Paulo: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada; Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2019. Disponível em:

http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=34784&Itemid=432. Acesso em: 25 mar. 2020.

MATHEUS, L. C. **Narrativas do medo**: o jornalismo de sensações além do sensacionalismo. Rio de Janeiro: Mauad, 2011.

MBEMBE, A. Necropolítica: biopoder, soberania, estado de exceção, política da morte. **Arte e Ensaios**, n. 32, p. 122-151, 2016.

MEIRINHO, D.; SENNA, T. F.; MADRUGA B. P. **Ingênuo ou sádico?** Construção dos argumentos da audiência e popularidade do programa policesco Patrulha da Cidade. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 12., 2019, Natal. Anais [...] Natal: ALCAR; UFRN, 2019.

MOSCO, V. Economia política da comunicação: uma perspectiva laboral. **Comunicação e Sociedade I: Cadernos do Noroeste**, Braga, v. 12, n. 1/2, p. 97-120, 1999.

OLIVEIRA, D. D. **Jornalismo policial na televisão**: gênero e modo de endereçamento dos programas Cidade Alerta, Brasil Urgente e Linha Direta. 2007. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

POPPER, K. R.; GOMBRICH, E. H. **The open society and its enemies**. Princeton: Princeton University Press, 2013.

RAMOS, R. **Os sensacionalismos do sensacionalismo**: uma leitura dos discursos midiáticos. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RAMOS, S.; PAIVA, A. Mídia e Violência: o desafio brasileiro na cobertura sobre violência, criminalidade e segurança pública. **Cadernos Adenauer**, v. 9, n. 4, p. 29-41, 2008.

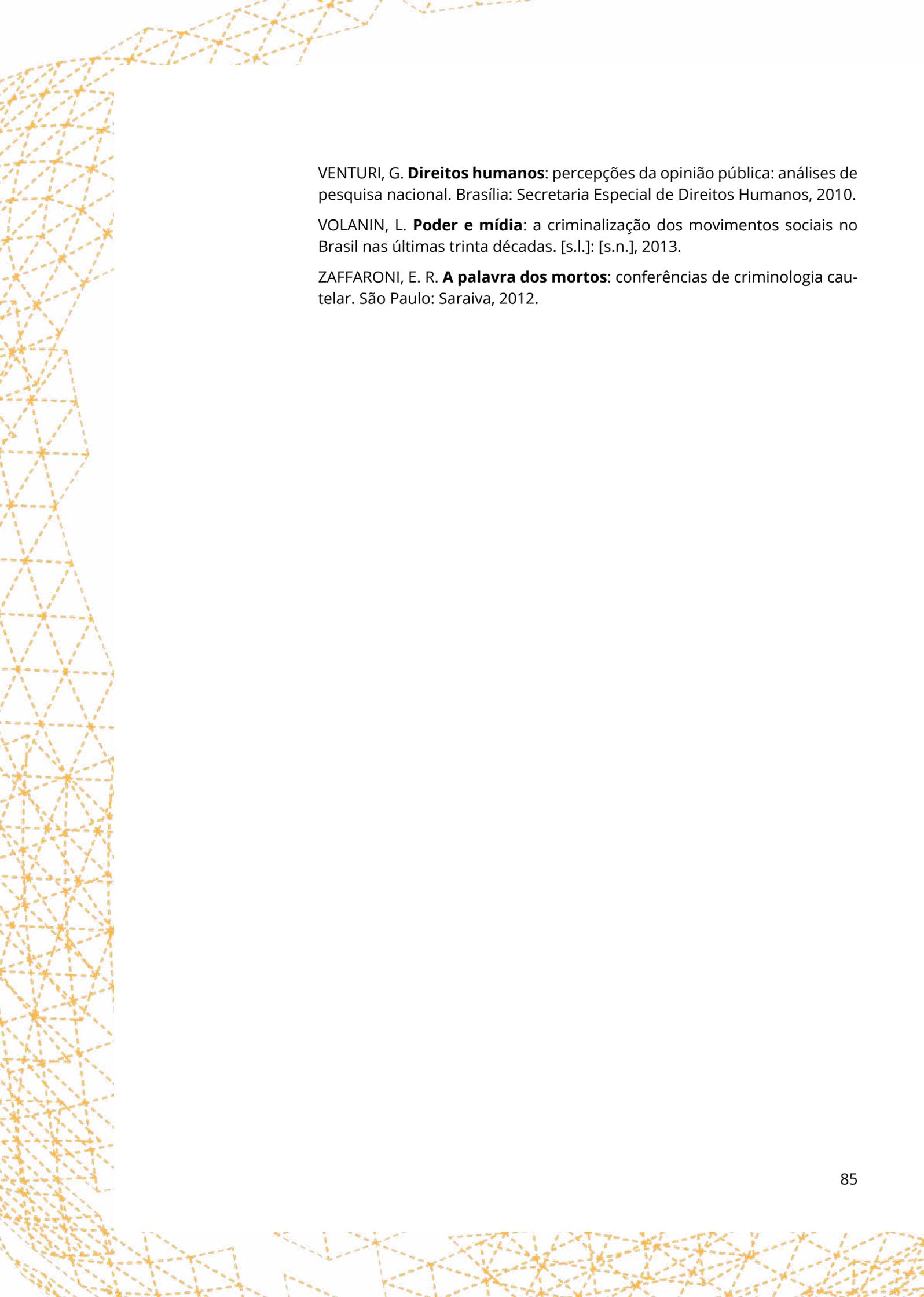
ROMÃO, D. M. M. **Jornalismo policial**: indústria cultural e violência. 2013. 206 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

SHAH, D. V.; ROJAS, H.; CHO, J. Media and civic participation: On understanding and misunderstanding communication effects. In: BRYANT, J.; ZILLMANN, D. (Eds.). **Media Effects: Advances in Theory and Research**. Nova York: Routledge, 2009. p. 223-243.

SIQUEIRA, A. C.; SOUZA, E. R.; NOBRE, I. A Abordagem do Movimento #ForaMicarla no Programa Televisivo Policial Patrulha na Cidade. **Anagrama**, v. 6, n. 4, p. 1-15, 2013.

STEVANIM, L. F. F. Sobre pontes e abismos: aproximações e conflitos entre os estudos culturais e a economia política da comunicação a partir da obra de Stuart Hall. **Matrizes**, v. 10, n. 3 set/dez., p. 173-186, 2016.

VARJÃO, S. **Violações de direitos na mídia brasileira**: um conjunto de reflexões sobre como coibir violações de direitos no campo da comunicação de massa. Brasília, DF: ANDI, 2015.



VENTURI, G. **Direitos humanos**: percepções da opinião pública: análises de pesquisa nacional. Brasília: Secretaria Especial de Direitos Humanos, 2010.

VOLANIN, L. **Poder e mídia**: a criminalização dos movimentos sociais no Brasil nas últimas trinta décadas. [s.l.]: [s.n.], 2013.

ZAFFARONI, E. R. **A palavra dos mortos**: conferências de criminologia cautelar. São Paulo: Saraiva, 2012.