

31º Encontro Anual da ANPOCS
22 a 26 de Outubro de 2007
Caxambu, MG

ST 11 – Democracia, comunicação política e eleições

Paulo Vaz – Escola de Comunicação, UFRJ
Maurício Lissovsky – Escola de Comunicação, UFRJ

Mídia, formação de opinião pública e voto popular:
O caso do referendo sobre o comércio de armas no Brasil

O referendo como laboratório

O referendo sobre a proibição do comércio de armas no Brasil, em 2005, é um acontecimento privilegiado para se analisar a relação entre meios de comunicação e formação de opinião no Brasil. Praticamente ignorado pelos eleitores até antes do início da “propaganda gratuita” no rádio e na TV, seu resultado exibiu uma das maiores “viradas” de opinião de que se tem notícia no comportamento recente do eleitorado brasileiro. Em abril daquele ano, o Datafolha divulgara uma pesquisa mostrando que, na cidade de São Paulo, 83% do público era contra a venda de armas; até as vésperas da campanha, outros institutos continuavam a apresentar amplas majorias (entre 70 e 80%) a favor da proibição. Contudo, no dia 3 de outubro, dois dias após o início do período de propaganda gratuita, o *tracking* da campanha do SIM (o voto favorável à proibição do comércio) já assinalava uma queda abrupta: os eleitores contrários ao comércio representavam agora apenas 55% do total. No dia 15, duas semanas após o início da veiculação das mensagens, uma pesquisa nacional do Ibope registrou a virada: o SIM caiu para 45% e o NÃO já respondia por 49% das intenções de voto¹. A diferença continuou a crescer até a votação; o resultado final no estado de São Paulo foi de 40% para o SIM e de 60% para o NÃO; no estado do Rio de Janeiro, foi de 38% a 62%, respectivamente.

A rapidez e a extensão da mudança de atitudes sugerem que a propaganda gratuita teve influência direta sobre o voto dos indivíduos. A análise dos grupos focais realizados no âmbito da Campanha do SIM, empreendida por Vital da Cunha, corrobora, em larga medida, essa hipótese. Vital da Cunha mostrou, em primeiro lugar, que os participantes tinham ouvido falar do desarmamento, mas pouco sabiam do referendo antes do início da campanha e que, em segundo lugar, a partir do quarto dia do horário gratuito, eles começaram a discutir com vigor os argumentos propostos pelas propagandas e se recordavam de alguns *spots* marcantes (Cunha, 2006). As peças publicitárias e os programas gratuitos parecem ter provido argumentos a

¹ Para uma análise mais detalhada dos dados do *tracking* da campanha do SIM e da sua relação com as estratégias de mídia de ambas as campanhas ver Lissovsky, 2006.

partir dos quais os indivíduos confrontaram e justificaram suas interpretações e decisões sobre a legalidade do comércio de armas.

O objetivo deste artigo não é, no entanto, confrontar as estratégias de ambas as campanhas (o que já foi feito em estudos anteriores²), mas dar continuidade a uma reflexão acerca das relações entre a retórica dessas campanhas e os discursos da mídia em torno da violência e da segurança pública nos últimos anos (Vaz et alli, 2005, 2006). O espaço crescente que este tema vem ocupando nos debates eleitorais nas últimas duas décadas, bem como o destaque que recebe no noticiário dos assuntos de governo, justificam, a nosso ver, o aprofundamento da análise. Assumimos, de certa maneira, que devido ao ineditismo e à singularidade do referendo sobre o comércio de armas no Brasil, ele pode ser tomado como um laboratório privilegiado para observar certos deslocamentos recentes, e mesmo apontar tendências no que diz respeito à constituição do espaço público e à relação dos indivíduos com o Estado quando se trata do tema da segurança pública.

* * *

O Contexto do referendo

As explicações que mais imediatamente vieram à tona por ocasião do referendo enfatizaram que na vitória do NÃO havia um componente significativo de “voto de protesto” – contra um governo que vinha sendo seguidamente acusado de cumplicidade com a corrupção e contra “as políticas de segurança” em geral – mais do que propriamente um voto “a favor das armas”. Esse aspecto não pode ser ignorado, particularmente porque o NÃO soube imprimir à sua campanha um caráter “oposicionista”. Por outro lado, o SIM não foi capaz de perceber a disjunção entre o referendo e as campanhas anteriores a favor do desarmamento, subestimando a natureza intempestiva dessa “eleição fora de época”. Por essa razão, entrou na campanha supondo que o apoio popular ao desarmamento, fundamentalmente passivo, uma vez

² Em LISSOVSKY (2006), por exemplo, sugeriu-se que o comportamento do eleitorado refletiu uma transformação ontológica do eleitor que agora, em vez de opinar sobre um determinado tema, era

que a maioria da população não dispunha de armas para entregar, penderia naturalmente para um voto favorável à proibição do comércio de armas. O NÃO, por sua vez, assumiu desde o início a diferença entre duas situações, e procurou sempre demonstrar que não havia vinculação necessária entre “ser contra as armas” e votar pela proibição.

Enquanto, do ponto de vista retórico, o NÃO atribuiu a seu adversário um “eles”, e soube enfiar no SIM a carapuça dos políticos (com a ênfase posta no governo), seu oponente não foi capaz de caracterizar para os eleitores quem era o seu NÓS – sua primeira imagem, ao longo de quase dez dias de campanha, foram os artistas – e só muito tardiamente começou a sugerir quem seria “eles”, os adversários, no caso, fabricantes e comerciantes de armas. Como é notório, uma boa caracterização de “nós” e “eles” contribui significativamente para dar materialidade a um tema complexo, controvertido, diante do qual os eleitores sentem-se inseguros quanto à decisão a tomar.

De fato, os estrategistas do SIM, como a análise dos respectivos planos de mídia demonstra, subestimaram o cenário de incerteza que o próprio referendo aguçava e, portanto, a ansiedade do eleitor em livrar-se da dúvida que o voto lhe impunha. As categorias pré-morais e pré-políticas que mobilizou ao seu favor (“defesa da vida” e, depois “horror às armas”) não foram capazes de preencher as lacunas de informação dos eleitores de modo que se sentissem cómodos ao votar pela proibição do comércio. A estratégia do NÃO, por sua vez, ao defender os “direitos” (e não exatamente as “armas”), teve muito mais êxito em preencher estas lacunas, colocando o debate em um plano político, enquanto o SIM insistia em se dirigir, sobretudo, à “sensibilidade” e à “emoção”.³

Do ponto de vista deste artigo, a disputa que nos interessa enfatizar é, sobretudo, a que se refere à credibilidade e autoridade dos discursos. De fato, enquanto o NÃO foi capaz de posicionar-se como confiável e desinteressado, o SIM jamais conseguiu superar a acusação que falsificava e distorcia números –

chamado a “decidir” sobre ele. Neste sentido, as pesquisas anteriores não eram comparáveis e teriam sido mal interpretadas pelos estrategistas dos SIM.

³ Enquanto o principal mote da campanha do SIM foi objeto de 37% dos seus *spots*, a referência expressa a direitos e à iminência de perdê-los ocorre em 70% dos *spots* do NÃO.

alegação gravíssima para uma posição cujos principais argumentos contrariavam o senso comum e a percepção da realidade formada pela mídia.⁴

Nesse sentido, a análise do referendo não apenas contribui para compreender como os meios de comunicação são capazes de “formar opinião”, mas, igualmente, pode revelar os limites deste seu poder. É notável, por exemplo, que, com a esperada exceção da revista *Veja*, devidamente explorada pela campanha do NÃO, os jornais tidos como formadores de opinião (O Globo e Folha de S. Paulo) tenham se posicionado a favor da proibição do comércio de armas⁵. O grande número de artistas que apareceram nos *spots* e no programa do SIM nos primeiros dez dias da campanha criou inclusive a percepção de que a mídia e, em particular a Rede Globo, apoiava a proibição do comércio de armas (e, na visão de alguns eleitores, o próprio referendo atendia a interesses da emissora).

A derrota do SIM sinalizou para muitos analistas que a mídia tinha perdido seu poder de formar opinião. Mas o que a campanha do referendo tornou de fato evidente foi a diferença entre produzir editoriais ou estimular artistas a defender o desarmamento e a embocadura cotidiana que “expõe a realidade” do crime na forma da denúncia. Às manifestações editoriais ou ao depoimento de artistas, a audiência sempre foi capaz de atribuir “outros interesses”; o dispositivo noticioso dos mesmos veículos, no entanto, jamais esteve ameaçado em seu papel de dar forma e sentido ao que se pensa ser a realidade. Embora veículos como O Globo e a Revista *Época* tenham se esforçado em difundir informações que corroboravam argumentos defendidos pelo SIM, elas foram claramente insuficientes para convencer a maior parte da audiência que a realidade do crime, elaborada por estes mesmo veículos, era apenas uma, entre muitas, construções possíveis.

⁴ As pesquisas de opinião (tanto qualitativas como quantitativas) realizadas durante a campanha mostram que o SIM não logrou convencer os eleitores que a maioria dos homicídios no Brasil resultava de crimes de proximidade, assim como não parecia razoável à maioria que as armas mais “perigosas” eram revólveres calibre 38 e pistolas, e não as metralhadoras e fuzis automáticos. Pelo contrário, a anuência com essas duas proposições, que nunca foi muito superior a 50%, decaiu continuamente ao longo da campanha.

⁵ A legislação eleitoral restringe a manifestação explícita de posições na televisão e no rádio. Mesmo assim, o jornalismo da TV Bandeirante deu seguidas mostras de sua preferência pelo NÃO. A TV Globo, ainda que notoriamente favorável ao SIM, agiu com relativa “neutralidade”, ao menos durante o período oficial da campanha.

Responsabilidade perante o sofrimento nas notícias de crime

Um dos temas de fundo que nos interessa examinar aqui é o da atribuição de responsabilidades em torno do problema da “violência urbana”. Essa questão tem evidentemente duas dimensões, uma delas o do diagnóstico da situação atual e outra a do papel que cabe ao Estado e aos cidadãos ao enfrentá-lo. Nesse sentido, a análise das notícias veiculadas de crime veiculadas pela imprensa é bastante reveladora. As tabelas abaixo apresentam os resultados de uma pesquisa por amostragem (seis semanas compostas) de como o RJ TV de 2004 lidou com os crimes contra a pessoa ou a propriedade em termos de natureza dos atos criminosos, local de ocorrência do crime e relação entre a vítima e o agressor.

NOTÍCIAS DE CRIME – RJ TV – 2004

Tipo de ato criminoso	N	%
Roubo	2	5%
Agressão	6	16%
Homicídios	4	11%
Assaltos	4	11%
Tiroteios entre traficantes ou entre bandidos	3	8%
Crimes aleatórios (bala perdida, seqüestro-relâmpago, arrastão)	10	27%
Demonstração de força dos traficantes	8	22%
Total	37	100

Local de concentração do ato criminoso	N	%
Residência	7	22%
Casa noturna	4	13%
Praia	1	3%
Universidade	1	3%
Comércio, banco e carro-forte	2	6%
Rua	17	53%
Total	32	100

Relação entre agressor e vítima	N	%
Conhecido, com relação de familiaridade	0	0
Conhecido, sem relação de familiaridade	3	9%
Desconhecido, mas por razões afetivas	5	16%
Desconhecido, mas sem relações afetivas	24	75%
Total	32	100

A primeira tabela nos mostra que se somarmos assaltos (particularmente latrocínios), tiroteios, crimes aleatórios e demonstração de força dos traficantes, 68% das notícias de crime privilegiam a seleção aleatória de vítimas, onde o criminoso é um estranho: bandido comum, ou, na sua face mais assustadora, o traficante. Para tornar mais visível essa preferência editorial pela vitimização

aleatória, pesquisamos em todas as notícias se elas mencionavam ou não os termos “bala perdida” ou “vítima de tiroteio”. O resultado surpreendente é que 26% mencionavam esses termos. A chance, portanto, de algum dia um telespectador ligar o telejornal e ouvir alguma menção a bala perdida ou tiroteio é de uma em quatro.

A segunda tabela, sobre o local de concentração dos atos criminosos, demonstra mais uma vez a preferência editorial por crimes cometidos por estranhos com seleção aleatória de vítimas, que conduzem, como é sabido, a uma maior identificação entre espectador e vítima. A distribuição dos crimes claramente indica que os espaços públicos e semi-públicos da cidade – ruas, praias, universidades, bancos, etc. – são constituídos como lugares perigosos. Dos sete crimes em que o local de ocorrência era a residência, três foram assaltos, um foi a “ordem de despejo” de uma moradora de favela promulgada por traficantes e o outro foi uma chacina que a polícia afirmou ser de responsabilidade do tráfico.

A última tabela analisou a relação entre agressor e vítima nos crimes noticiados. O primeiro nível, “agressor conhecido, mas com relação de proximidade”, compreende namorados, amantes, cônjuges, parentes ou amigos da vítima. O item “conhecido, mas sem relação de familiaridade” designa um agressor que conhecia casualmente a vítima, sem ter estabelecido alguma relação afetiva, como colega de trabalho ou vizinho. O terceiro item classificava o agressor desconhecido, mas que agredia a vítima por razões passionais; os casos típicos são brigas em bares ou boates e conflitos no trânsito. Por fim, o último item é o agressor desconhecido, sem qualquer relação com a vítima. Como se vê na tabela, se o atributo de existência de um fenômeno for sua veiculação pela mídia, não existem crimes passionais no Rio de Janeiro, pois não houve nenhum caso onde o agressor era conhecido e tinha relação de familiaridade. Inversamente, 75% dos crimes teriam sido cometidos por pessoas absolutamente estranhas.

Convém chamar a atenção às três notícias referentes a situações onde o agressor era conhecido, mas sem relação de familiaridade (que corresponde, de fato, a dois casos), em um deles, o agressor era um sócio do ex-traficante Escadinha, e no outro, era um caseiro – morador de uma favela, como as reportagens insistem em marcar – que teria ajudado no latrocínio de um casal

de norte-americanos. Como é evidente, nestes dois casos, não se constrói a possibilidade de identificação entre agressor e espectador. Quanto aos crimes cometidos por estranhos, mas com motivações afetivas, com exceção de um, todos foram cometidos por “pitboys”, isto é, por indivíduos já estigmatizados, colocados à distância da audiência. Em apenas uma das notícias analisadas, era possível reconhecer no agressor alguém semelhante à audiência: a agressão de um guarda municipal por um médico, sua mulher e filha após receberem uma multa de trânsito.

Uma forma de corroborar a primazia dos crimes cometidos por estranhos é o fato 50% das reportagens mencionarem os termos “tráfico”, “traficantes” ou sinônimos, como “facção criminosa”. A nosso ver, o panorama desenhado pelos noticiários televisivos são um indicador bastante consistente da construção da realidade das condições da segurança pública e da natureza da exposição à violência da população urbana. Para efeito do referendo de 2005, é interessante assinalar que em 72% das notícias em que as armas dos criminosos eram mencionadas ou exibidas aos telespectadores, estas eram de alto poder ofensivo e grosso calibre (fuzis, metralhadoras e granadas), enquanto em apenas 28% a arma era faca, revólver ou pistola.

Além de definir a vítima, o agressor e o armamento utilizado, os noticiários de crime também são úteis para percebermos como são distribuídas as responsabilidades com relação à segurança pública e a violência. Consideramos para este fim toda e qualquer notícia, independente de seu foco principal, referente à atuação do Estado neste campo: polícia, prisão e judiciário. Do total de 82 matérias, 52 (63%) continha algum tipo de crítica. Em termos de frequência diária, em apenas três dos 36 dias sorteados, não houve nenhuma reportagem com alguma denúncia sobre falhas na atuação de um destes dispositivos estatais de segurança.

Em relação ao judiciário as críticas privilegiaram a concessão de *habeas corpus* a suspeitos e à oposição dos juízes à proposta da polícia e distribuir listas às boates com os nomes de “baderneiros” contumazes. Em relação à prisão, os temas dominantes foram a frequência de motins, rebeliões e fugas, a corrupção dos agentes penitenciários e a ocorrência de homicídios no espaço público que teriam sido ordenados de dentro da própria prisão. No que diz respeito à polícia, as críticas propõem ou que a polícia não soluciona os

crimes, ou que nunca está onde deveria estar e quase sempre chega tarde demais, ou que, se chega a tempo, os bandidos ainda conseguem escapar ou sua atuação expõe a mais riscos a população.

Igualmente comum é a referência de que o reforço de contingente em determinadas áreas só acontece após a notícia de crimes pela imprensa e que os bandidos, de modo geral, não se intimidam com a proximidade da polícia. O caso mais curioso, que certamente confundiria estrangeiros, foi uma reportagem de 21 de fevereiro de 2004 informando que o chefe de polícia, visando aumentar a segurança dos motoristas na Linha Amarela após a morte por bala perdida de uma mulher que passava de carro, determinou retirar o patrulhamento das proximidades da via expressa. Outro destaque é a reportagem de 13 de julho de 2004 mostrando que, após a morte de um gerente de banco durante um assalto de carro, a delegacia policial próxima ao local do crime teve sua entrada fechada com correntes; o delegado justificou essa medida de proteção aos policiais com o argumento de que a delegacia ficava perto de 14 favelas.

Em 71% das críticas à atuação do Estado em relação à segurança, vê-se claramente a retórica do populismo conservador, isto é, se as leis fossem mais rigorosas, se a prisão contivesse os criminosos e se houvesse mais polícia, de modo a intimidar os bandidos, não haveria tantos crimes na cidade do Rio de Janeiro. Mas parte significativa das demais críticas à atuação da polícia (cerca de 20%) refere-se aos excessos cometidos por policiais durante suas ações nas favelas. Parte da audiência pode interpretar as notícias como denunciando a violação dos direitos humanos dos moradores; outros, contudo, avaliam esses excessos como danos colaterais inevitáveis na “guerra” contra o tráfico. O caso típico é o de moradores de favela inocentes mortos por balas perdidas durante incursão policial. Em pouco menos de 10% do total de críticas, ocorre a denúncia de corrupção, má conduta ou abuso de poder por parte de policiais.

No cômputo geral, tomando o ano de 2004 como exemplo, a probabilidade de que um indivíduo, assistindo ao RJ TV, se defrontasse com reportagens em que o poder dos criminosos aliava-se à ineficiência do Estado em prover segurança às pessoas foi de cerca de 80%. É razoável supor que grande parte da audiência tende a acolher esse diagnóstico sobre como os

crimes poderiam não existir, ainda mais porque as denúncias não aparecem na forma de editorias, mas como comentários curtos ou expressões corporais dos jornalistas ou frases selecionadas do público. Eis alguns casos: “mesmos após confessar, a Justiça concedeu habeas-corpus...”; “no dia seguinte ao assassinato do comerciante pelos bandidos, o carro-patrolha da polícia desapareceu...”; “é impressionante a reincidência de coisas (assaltos), e ninguém faz absolutamente nada...”; “com essa insegurança, com essa instabilidade, com essa sensação de impotência a gente não pode continuar vivendo numa cidade como essa...”

A narrativa midiática propõe claramente uma separação entre o “nós”, constituído pelos indivíduos comuns assustados com a “violência urbana”, e o “eles”, que compreende os bandidos e o Estado incapaz de prover segurança a seus contribuintes-clientes. Esse diagnóstico a respeito da natureza da violência urbana e suas causas teve seguramente impacto sobre a apreensão da iniciativa do referendo – tal como veiculada pela campanha do NÃO: assolado por escândalos de corrupção, um governo que nada faz para a segurança das pessoas propõe um referendo para dar a impressão que faz alguma coisa e, o que é pior, pretende retirar o “direito” do cidadão de se defender dos “bandidos” e dar a estes a certeza da vulnerabilidade de suas vítimas.

O fato de que o diagnóstico da situação proposto pelo NÃO era corroborado pela mídia explica porque sua campanha só precisou enfatizar este tema em 18% dos *spots*, enquanto a frente do SIM se viu compelida a “vender” o seu diagnóstico – “a maior parte das mortes por arma de fogo vem dos crimes de proximidade” – em 57% das veiculações. A abordagem do tema da incompetência e ineficácia do governo, por sua vez, foi objeto de quase um terço das mensagens veiculadas pelo NÃO. A mesma ênfase conferida ao argumento de que com a aprovação da proibição os bandidos ficariam mais temíveis. Praticamente o mesmo nível de exposição (27%) foi dado à desqualificação do referendo como tal (por ser inútil e/ou uma tentativa de iludir a população). A ênfase inicial do SIM nos crimes de proximidade e insistência posterior na proveniência da arma do bandido imprimiu a esta campanha um caráter mais pedagógico do que persuasivo. Em larga medida, parece ter

estado mais preocupada em convencer as pessoas de sua “sociologia”, de sua “visão de mundo”, do que em conquistar seu voto.

* * *

Quem fala por nós e em nosso nome

Um componente fundamental da disputa em torno da credibilidade e poder persuasivo das mensagens é a autoridade de quem fala. Sobre esse aspecto, a análise dos telejornais também apresenta dados interessantes. Em 46% das notícias analisadas, só aparece a fala dos porta-vozes da emissora (âncora e repórter). Em 35%, comparecem autoridades de segurança pública e/ou policiais. Se considerarmos as notícias em que apenas essas duas vozes são ouvidas, o total é de 70%. Em apenas 11% das reportagens, o espectador pôde escutar a opinião de “especialistas” (juízes, sociólogos, criminólogos, representantes de ONGs, etc.). O mais significativo para os objetivos desse estudo é a ocorrência das vozes de vítimas: em 12% das notícias, trata-se de uma vítima “real”, diretamente afetada pelo ato criminoso, ou um seu parente ou amigo – em sua voz, usualmente ressoa o discurso do intolerável da violência urbana, como a de um pai cuja filha foi ferida durante um tiroteio entre criminosos e seguranças privados num assalto a banco: “é complicado sair hoje de casa; até em casa você corre risco”. Um percentual idêntico é destinado à vítima “virtual”, isto é, alguém cuja relação com o incidente limita-se a morar próximo ao local da ocorrência ou ter de passar por ele com frequência, como o discurso de médicos que trabalham no hospital da UFRJ afirmando que teriam mudado de bairro para evitar os tiroteios freqüentes na linha amarela; o comentário fazia parte da notícia sobre uma vítima de bala perdida. De fato, invariavelmente, esse tipo de depoimento enfatiza o risco que se corre por simplesmente morar na cidade e os sacrifícios que somos obrigados a fazer, funcionando assim como projeção na tela da audiência atemorizada pela notícia e indignada com as inumeráveis falhas do judiciário, da polícia e da prisão em conter riscos.

Curiosamente, essa vítima virtual – representada por personagens ficticiais – foi o personagem preferencial do NÃO para a veiculação de suas mensagens (43%), distribuídos entre policiais aposentados, pais de famílias,

mulheres e jovens ameaçados de perder o seu direito. A campanha do SIM, por sua vez recorreu a personagens ficticiais em apenas 10% de suas veiculações, optando por artistas e âncoras, predominantemente.

Mais uma vez, a campanha do NÃO parece ter usado a construção midiática da realidade para constituir a credibilidade de seus diagnósticos e prognósticos. Havia dois desafios maiores para essa credibilidade. Primeiro, era preciso questionar a credibilidade de dados sobre mortes por armas de fogo que apontavam um predomínio dos crimes de proximidade. Segundo, era preciso criar argumentos que impedissem que a identificação do espectador com artistas e celebridades fosse transposta para a decisão sobre o referendo.

Em relação aos dados estatísticos, uma estratégia foi a de argumentar a partir do que “todo mundo sabe”, isto é, a partir do que aparece nas páginas e telas dos meios de comunicação. Logo no primeiro programa noturno do NÃO, no dia 1 de Outubro, aparece um suposto jornalista para comentar uma pesquisa do SUS sobre mortes por armas de fogo que mostrava que o novo estatuto do desarmamento estava reduzindo o número de mortes. Eis o “repórter”: “Esta pesquisa do SUS diz que 39.000 pessoas morrem por arma de fogo. Em primeiro lugar, é estranho a pesquisa feita pelo SUS, que deveria estar cuidando da saúde da população. Mas vamos lá. Aqui não está claro quantos bandidos são mortos por bandidos, quantos bandidos e policiais morrem em combate, nem as vítimas da criminalidade. Ou seja, fica bem claro que o problema não é o cidadão de bem com arma legal.” O que impressiona é que essa argumentação prescinde de qualquer dado numérico; bastou apoiar-se no que aparece na mídia. Um argumento idêntico foi usado no programa noturno do dia 4 de Outubro, onde o objeto de crítica era uma estatística – enviesada – que apareceu no programa do SIM afirmando que 95% das mortes por arma de fogo em São Paulo são provocadas por rixa entre vizinhos, vingança, acidentes domésticos, crimes passionais e brigas de rua e 5% são casos de assaltos seguidos de morte. Aparece um Coronel para rebater: “A estatística está absolutamente distorcida. Quando eles falam rixa, querem dizer briga de quadrilha; quando dizem vingança, entenda-se acerto de contas entre criminosos e as brigas de rua, em geral, são disputas entre gangues. Os crimes mencionados, quase em sua totalidade, são praticados por bandidos”.

Nessa luta contra a autoridade dos dados estatísticos, o outro elemento já está implícito: é usar a credibilidade do testemunho de indivíduos anônimos que, pela função que exercem, têm experiência em lidar com a insegurança urbana e estão do nosso lado. Ao longo dos dias, aparecerão supostos médicos e policiais (mesmo que a imagem da polícia como instituição fosse negativa, aparentemente a credibilidade de policiais comuns, anônimos, não tinha sido afetadas) dizendo que nunca ou quase nunca tiveram que lidar com vítimas de crimes de proximidade. Eles “sabem” porque convivem diariamente com a “violência”, mas o que eles podem saber é idêntico ao que a audiência já sabe.

A experiência da violência urbana foi também modo de minar a credibilidade de artistas e celebridades. Em diversos programas, a campanha do NÃO propunha que os “mais ricos” não sofrem com a violência urbana, pois podem ter equipamentos sofisticados de proteção e segurança privada. Embora a audiência dos meios de comunicação tenha já visto ou lido que celebridades são vítimas de assaltos à mão armada, a função retórica dessas notícias é exatamente a de mostrar como a “violência urbana” é intolerável, na medida em que eles estariam mais protegidos do que o público. Só representam o público como vítimas pela distância, pela menor probabilidade de serem vítimas. A adesão dos artistas à campanha do SIM pôde, então, ser explorada como sendo sem sentido, abrindo espaço até para teorias conspiratórias. Afinal, ao menos no caso da insegurança, ninguém parece acreditar em ação desinteressada ou em “amigo da humanidade”.

Segunda a campanha do NÃO, portanto, quem pode representar o público, tanto no sentido de fazer algo por ele, quanto no sentido de descrever sua condição, é quem experimenta diretamente a “violência urbana”. Em dois *spots*, a campanha propôs a generalização máxima da audiência – o povo brasileiro. No primeiro, a campanha afirma que seus artistas são o povo, mas sua voz é a de uma mãe de vítima, colada com a foto de seu filho, dizendo que a morte dele foi “produto do desgoverno”. No outro *spot*, uma voz, após repetir uma série de lugares-comuns – alegre, cordial, esperançoso, mesmo nos momentos difíceis – critica diretamente a sugestão da prevalência maior dos crimes de proximidade nas mortes por arma de fogo afirmando “responsabilizar o cidadão de bem pela violência no nosso país já é demais”. O público, vítima

virtual da criminalidade, já sofredor por ter que viver com medo, detrás de grades, é inocente; querer dizer que ele ainda pode matar é “culpar a vítima”.

A autoridade de quem sofre para dizer o que existe e denunciar o que é feito pelo Estado não é apenas artifício de campanha; é também a voz das vítimas virtuais nos meios de comunicação. Em agosto de 2004, cerca de dois meses após a rebelião na Casa de Custódia de Benfica, uma reportagem apresentava as medidas do governo Estadual para evitar que novos motins acontecessem; deixaria de ser uma casa de custódia, onde indivíduos aguardam o julgamento, e se tornaria um centro de reintegração, acolhendo presos no fim de sua pena, contando com o trabalho de psicólogos e assistentes sociais. Quem aparece na longa reportagem para definir o sentido e o valor da medida é uma senhora que mora nas proximidades da casa de custódia; seu modo de representação já é a construção do medo do público: a imagem é a de sua sombra e sua voz está distorcida. Seus comentários não deixam margem para dúvidas: “É gritaria de madrugada, eles (os presos) batem na chapa pedindo tudo o que tem direito e nós que pagamos impostos perdemos o nosso sossego, a nossa paz (...) é um terror, nós vivemos em desespero constante e sempre com aquele pensamento de que vai haver alguma coisa (...) vão misturar outra vez facções diferentes, num bairro que tem várias favelas, vai ser muito pior.”

* * *

Vítima virtual e direito ao risco

Pesquisas realizadas no Brasil, bem como em outros países, já demonstraram que a notícia de crimes passionais (ou mais genericamente, crimes de proximidade) não tende a provocar medo na audiência. Por outro lado, as notícias que têm mais impacto sobre a sensação de insegurança são aquelas em que o espectador é levado a pensar que “o sofrimento infligido poder ter ocorrido a qualquer um” e que “pode ocorrer novamente”⁶. A análise

⁶ Tina Rosemberg assinala que no Canadá, onde el 83% dos homicídios são cometidos por familiares ou conhecidos, quase todas as notícias da televisão referem-se a crimes de rua. ROSEMBERG, T. “‘Si Sangra, encabeza las noticias’; os custos do sensacionalismo”. In: PORTILLO VARGAS, E.; KLAHR, M. *Violencia y medios; seguridad publica, noticias y construcción del miedo*. México (DF): Insyde; CIDE, 2004, 13-19.

do comportamento da mídia impressa demonstrou que essa generalização da idéia de vítima é alcançada por um conjunto de artifícios retóricos como o recurso a expressões do tipo “mais uma vítima da violência na cidade”, ou a caracterização do agressor por meio de uma categoria genérica como “traficante”.

Estudos comparando os noticiários de crime do jornal O Globo, ao longo dos últimos vinte anos, revelaram claramente que a decisão sobre o que e ou não notícia deslocou-se dos “dramas da condição humana” para a “constituição da audiência como vítima virtual”⁷. Neste sentido, as estratégias de generalização dos fatos noticiados deslocaram-se igualmente da identificação com o agressor, como alguém sujeito às mesmas paixões e motivações que nós, à identificação com a vítima, isto é, “o que aconteceu a ela poderia ter acontecido comigo, só que circunstâncias aleatórias me foram favoráveis”.

Sentir-se uma vítima virtual é parte constitutiva da experiência contemporânea, na medida em que cada vez mais nos acostumamos a decidir no presente considerando as conseqüências negativas que podem dela decorrer – por exemplo, evitar doenças futuras por abdicar de alimentos gordurosos ou do prazer de fumar. Nesses casos, porém, a abstenção é acompanhada da satisfação psicológica de saber cuidar de si. As restrições seriam voluntárias. Contudo, as restrições que impomos às nossas práticas de prazer tendo em vista o “clima de insegurança” não nos parecem ser uma decisão voluntária. E, nelas, a vítima não encontra compensações para sua renúncia. Apesar de ser possível, nunca ouvimos alguém dizer: “que bom que há tantos bandidos na rua; assim, passo mais tempo com a família”. Esta é, sem dúvida, a fonte de sua indignação. Se tal indignação corresponde à frustração das expectativas de consumo e prazer numa sociedade predominantemente “individualista” e “hedonista”, dela parece emergir uma nova figura do direito – ainda não formalizada – que é o direito ao risco, isto é o direito não escrito, mas provavelmente já internalizado pelos indivíduos, de que “ninguém deveria ser obrigado a alterar seu estilo de vida por que outros o expõem a riscos”.

⁷ Vaz et alli, 2005 e 2006.

O direito ao risco pode ser visto como uma nova delimitação da responsabilidade individual e coletiva sobre o sofrimento presente e futuro. O conceito de risco é aqui definido na sua distância com o de perigo: estamos lidando com risco quando há uma dupla contingência na existência de um sofrimento futuro (Luhmann 1993, p. 16). A primeira contingência é imediata e não diferencia risco de perigo: o sofrimento futuro é possível. A segunda diz respeito ao fato de que há risco quando atribuímos um acontecimento presente ou futuro a uma decisão, isto é, há contingência porque um dado agente podia não ter tomado a decisão que tomou. Agente não designa apenas um indivíduo, mas qualquer entidade que pode escolher, como uma empresa ou um governo. Percebe-se assim que o conceito de risco delimita imediatamente o poder da ação humana – o sofrimento que ocorrerá depende de uma decisão – e é um conceito oposto ao de acaso; como se trata apenas de atribuição, pode-se acreditar que nada acontece sem que tenha havido uma decisão que o permitiu ou facilitou.

O conceito de risco certamente orienta práticas de cálculo do futuro por peritos, como no caso de engenheiros calculando condições de uso de equipamentos tecnologicamente sofisticados, ou de economistas avaliando cenários econômicos, ou de epidemiologistas pesquisando o nexo entre estilo de vida e doenças, ou de agentes do Estado construindo perfis a partir dos quais decidem vigiar indivíduos ou ampliar penas de prisioneiros. Mas o conceito também orienta o que pode ser dito diante de qualquer sofrimento presente, na medida em que delimita o que será buscado como causa do que aconteceu. Em outras palavras, risco é o termo utilizado nas culturas ocidentais contemporâneas para a atribuição de responsabilidade (Douglas, 1992).

Seu uso crescente desde a década de 1970 está, em primeiro lugar, articulado à crise do Estado de bem-estar, especialmente da diminuição acentuada das proteções ligadas ao emprego. De um lado, com o conceito de fator de risco adiantado pela medicina, cada vez mais se concebe a saúde como estando ao alcance das decisões ordinárias dos indivíduos. De outro lado, a assistência social é enquadrada a partir do tema do “dano moral” (moral hazard), no qual aqueles que se sentem seguros passam a ter um comportamento mais arriscado. A diferença no modo de dirigir um carro após a aquisição de um seguro torna-se metáfora para propor a necessidade de

reduzir a assistência social: aqueles que estão segurados passam a ser mais arriscados, não se preocupando em procurar emprego e estudar, terminando por se “viciarem” na seguridade social.

A contrapartida dessa crescente transferência de responsabilidade do Estado para o indivíduo é a maior autonomia do comportamento privado. O indivíduo quer ser informado sobre os riscos presentes nas suas ações – e o Estado deve se encarregar de prover essa informação, como o atesta os rótulos em cigarros, bebidas e comidas – mas cabe a ele decidir o quão arriscado ele será em relação a uma decisão. Concretamente, os indivíduos são informados de que colesterol alto é fator de risco para doenças cardiovasculares; contudo, cabe a ele decidir se e quando comerá carne vermelha e queijos.

A responsabilidade do indivíduo perante aos outros também é pensada a partir das conseqüências coletivas desconhecidas de suas decisões individuais. Essa responsabilidade prescinde da mediação da política como forma de ação coletiva. Essa responsabilidade vinculando ações privadas e conseqüências coletivas aparece no slogan do movimento ecológico “pense globalmente, aja localmente”, significando, na maior parte dos casos, uma decisão sobre que produtos consumir. Aparece também em peças publicitárias institucionais sobre segurança pública. Nos Estados Unidos, um consumidor de drogas em boates era alertado por um amigo de que seu dinheiro financiava a Al-Qaeda; no Brasil, com um enredo semelhante, a peça publicitária mostra que o uso de drogas pode ter como conseqüência a morte de um próximo. Nesses dois filmes publicitários, o consumo de drogas, em si mesmo, não é negativo; o problema é a sua conseqüência para os outros.

O conceito de risco também determina um lugar para a responsabilidade de instâncias coletivas. O indivíduo não quer apenas decidir o quão arriscado ele será em relação aos seus prazeres cotidianos; como vimos, quer ainda não ser exposto a riscos pelas ações de outros. No discurso de denúncia, o Estado é ordinariamente convocado como aquele que poderia ter evitado que outros nos colocassem em risco. Esse lugar do “outro”, no discurso de segurança, é ocupado prioritariamente por “bandidos” e “terroristas. Desse modo, qualquer sofrimento que ocorra terá como razão de ser a “ação malévola” de alguns e a incompetência do Estado em impedir que eles nos colocassem em risco.

Durante o horário eleitoral, os eleitores não tiveram só que decidir se eram favoráveis ou contra o comércio de armas, mas, também, se deviam se conceber como cidadãos ou como vítimas virtuais. Nos “*spots*” da campanha do SIM veiculados no começo do período de propaganda gratuita, o espectador foi concebido como cidadão, sendo interpelado de dois modos principais. De um lado, era proposto o lugar daquele que se preocupa com o futuro do Brasil, com o bem comum, para além de seu interesse imediato, como na argumentação repetida em diversos *spots*, variando apenas o apresentador: “É claro que o comércio de armas não vai acabar com a violência, mas vai diminuir muito o número de mortes causadas por acidentes domésticos, crimes passionais e brigas. A proibição do comércio dificulta o acesso à arma e ajuda a diminuir a violência nas ruas. Faça sua parte e exija que o governo faça a dele”. Se a maioria dos espectadores é composta de indivíduos que não possuem arma e se está preocupada com sua segurança como indivíduo, nos *spots* do SIM, a proposta é a de que se preocupe, sobretudo, com aqueles que podem querer comprar armas e, assim, cometer um crime de proximidade – pois é aí que a proibição teria mais efetividade. “Fazer sua parte” significa agir desinteressadamente, significa preocupar-se com estranhos distantes, próximos daqueles que possuem ou possuirão armas e que podem se tornar suas vítimas. O outro modo de interpelação é a do indivíduo que procura soluções privadas para o problema da segurança: alguns “*spots*” argumentarão que possuir uma arma é coisa de quem tem medo, que o medo não é bom conselheiro, que a arma em casa aumenta a probabilidade de ocorrência de acidentes domésticos, que amplia a chance de ser morto ou ferido durante um assalto ou, mesmo, pode tornar o indivíduo um criminoso por razões passionais. Em outras palavras, a articulação entre responsabilidade individual e coletiva presente no direito ao risco não foi suficientemente sublinhada pela campanha do SIM, aquela onde o Estado deve proporcionar solução coletiva para a vida privada dos indivíduos.

Essa posição de responsabilidade foi enfatizada pelos programas e *spots* do NÃO. Ao ter como slogan maior a frase “desarmar o cidadão não é a solução”, a campanha desde o início frisava que o desarmamento só faria sentido em relação ao problema da segurança pública, que afeta a vida privada de cada um. Primeiro, propõem que o espectador considere como sua decisão

contrária as armas pode colocá-lo em risco: pode ser que um dia precise e, pior, vai torná-lo mais vulnerável, seja porque os “bandidos” não terão incerteza alguma quando quiserem cometer um crime, seja porque continuariam armados, já que suas armas vêm do contrabando. E mesmo que não queira ter uma arma, ele deve pensar também em como sua decisão coloca outros que “precisam” em risco, seja essa necessidade a de agricultores e de ex-policiais, seja a dos mais pobres, que não terão mais como se defender. Mais uma vez, seu modo de evitar o sofrimento do outro, mesmo que através do voto, não é na forma da ação política, mas de uma decisão.

Quanto à responsabilidade coletiva, o Não enfatizou a proposição de que o Estado – sobretudo o governo central – está em dívida com os indivíduos: o governo não diminui o contrabando de armas, gasta cada vez menos com a segurança e a polícia é incapaz de proteger o cidadão. Mesmo problemas sociais, que foram colocados como estando na raiz da insegurança urbana, seriam de responsabilidade única do Estado; como disse uma suposta professora no programa noturno do NÃO do dia 10 de outubro referindo-se à educação e à segurança: “o Estado me deve tantos direitos; ele está em falta comigo”. O dever do indivíduo em relação ao Estado, por sua vez, está sempre já cumprido, na medida em que se restringe a pagar impostos – mesmo que sonegue, se verá como inocente, pois, como repete a mídia: “a carga tributária é alta demais”.

O direito ao risco define claramente os contornos das representações de sofrimento no espaço público. Mesmo diante de um terremoto, tanto somos convidados a pensar que o sofrimento poderia ter sido evitado ou reduzido, quanto intimados a descobrir qual foi a decisão de alguma instância coletiva que favoreceu ou permitiu que o sofrimento ocorresse. Se a notícia é de crime ou terrorismo, haverá também uma série de imagens já prontas que facilitam conceber o causador direto do sofrimento, usualmente descrevendo-o como estando aquém da humanidade por sua falta de compaixão com a vida alheia. As funções da representação das vítimas diretas ou de seus familiares são mais complexas. De um lado, com seu sofrimento, incorporam o que pode acontecer a qualquer um. De outro lado, para dar sentido a esse sofrimento (cuja forma imediata é dada pela casualidade), oferecem-no como sacrifício pelo bem comum: o filho ou o parente morreram para que algo semelhante

nunca mais aconteça. Com sua dor, apresentam-se como testemunho vivo de que o Estado está em dívida com todos e que cada um da audiência deve – pois está em dívida, na medida em que o sofrimento foi oferecido como sacrifício – também se indignar e fazer algo. Duplamente, portanto, o sofrimento é generalizado.

Incerteza e insegurança

Embora enfatizassem os riscos das armas de fogo e a caracterizassem como fator de insegurança, os argumentos utilizados pelo SIM exigiam, em última instância, que o eleitor renunciasse à sua condição de vítima. Algo que, aparentemente, ele não estava disposto a fazer. Os argumentos do SIM, que haviam sido muito úteis na campanha do desarmamento, como o que alertava sobre o risco de “reagir a um assalto”, apenas alimentavam o cenário de incerteza futura, ao qual veio se somar a incerteza do eleitor a respeito de que decisão deveria tomar. Muito provavelmente, à medida que o eleitor ganhava consciência da natureza decisória do referendo, ele mais se aproximava da condição de vítima virtual. Incerteza por incerteza, o eleitor-vítima optou por manter a situação atual – cujos riscos conhece – ao invés de apostar num futuro cujos riscos não estavam claros. Sob esse prisma, o referendo de armas pode ter apresentado sua principal novidade: talvez tenhamos testemunhado os movimentos sub-reptícios do novo direito que o indivíduo contemporâneo internalizou tacitamente e que parece estar disposto a defender com rigor: o direito ao risco

Um dos motes mais utilizados na campanha do NÃO foi: “agora estão meter-se com um direito seu. Com qual vão querer meter-se depois”. No paradigma epidemiológico que orientou os defensores do SIM e que serviu de modelo para suas campanhas, não há lugar para o direito ao risco. Tradicionalmente, a epidemiologia só olha para o bem comum e exige de todos igual responsabilidade e esforço. Na percepção dos cidadãos transformados em vítimas virtuais, contudo, o direito ao risco – isto é, este direito de apenas expor-se aos riscos que cada indivíduo voluntariamente escolhe – parece ser a possibilidade de um novo horizonte utópico dos indivíduos. Mas este pode ser

também o último refúgio de sua liberdade – confinada à vida privada e as decisões de consumo, pois até aí parece estar localizado seu compromisso com o outro. Nessa “utopia”, insiste o sonho com um Estado forte, distante, com o dever de tudo fazer para nos proteger, até mesmo prender indefinidamente ou matar.

Bibliografia

Comaroff, J. C., J. L. 2006. Figuring Crime: quantifacts and the production of the un/real. *Public Culture* 18.

Cunha, C. V. 2006. "Referendo das armas": a propaganda televisiva e percepções da população. *Comunicações do Iser*, 25, 62, p. 74-92.

Douglas, M. 1992. *Risk and Blame*. Londres: Routledge.

Garland, D. 2001. *The culture of control*. Chicago: University of Chicago Press

Lisovsky, M. 2006. A campanha na tevê e a desventura do SIM que era Não. *Comunicações do Iser*, 25, 62, p. 40-63.

Luhmann, N. 1993. *Risk: a sociological theory*. New York: A. de Gruyter.

Simon, J. 2007. *Governing through crime*. Oxford: Oxford University Press.

Vaz, P.; Sá-Carvalho, C.; Pombo, M. 2006. A vítima virtual e sua alteridade: a imagem do criminoso no noticiário de crime. *Revista FAMECOS*, v. 30, p. 71-80.

Vaz, P.; Sá-Carvalho, C.; Pombo, M. 2005. Risco e sofrimento evitável: a imagem da polícia no noticiário de crimes. *E-Compós*, v. 4, p. 1-22.