

DA PUBLICIDADE À ESPETACULARIZAÇÃO: uma perspectiva sobre a influência da mídia no processo penal brasileiro¹

*FROM PUBLICITY TO SPECTACULARIZATION: a perspective on
the influence of the media in the brazilian criminal procedure*

Isabela MICHELIN²

Gabriel Henrique HADDAD³

RESUMO

O princípio da publicidade dos atos processuais é essencial em um estado democrático de direito, pois garante transparência e possibilita que a sociedade acompanhe e fiscalize as ações do poder público. No entanto, devido ao crescente impacto da mídia, especialmente em uma era de hiperconectividade e expansão das redes sociais, essa transparência pode acabar sendo deturpada. Este trabalho explora o impacto da mídia na publicidade dos atos processuais no Brasil, com foco na transição de uma perspectiva de publicidade democrática para uma espetacularização midiática, especialmente em processos criminais. Analisa-se como o princípio da publicidade, fundamental para a transparência e o controle social no estado democrático de direito, pode ser distorcido pela mídia ao buscar audiência e

¹ O presente artigo sintetiza a pesquisa, realizada para o Programa Interno de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC 2023-2024) da Faculdade de Direito de Franca (FDF), Franca/SP.

² Graduanda em Direito pela Faculdade de Direito de Franca – FDF. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9503034280616250>. E-mail: isamicbela@gmail.com.

³ Docente colaborador na Faculdade de Direito de Franca. Docente no Centro Universitário Estácio de Ribeirão Preto e Docente na Anhanguera Educacional de Ribeirão Preto. Mestre em Linguística pela Universidade de Franca. Bacharel em Direito pela Faculdade de Direito de Ribeirão Preto. Especialista em Direito Constitucional pela Academia Brasileira de Direito Constitucional. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3121920756547211>. Email: gabriel.h.haddad@hotmail.com.

sensacionalismo, comprometendo garantias fundamentais como a presunção de inocência e o devido processo legal. O estudo utiliza o caso Marielle Franco como exemplo para destacar a dualidade da mídia: essencial na pressão por justiça, mas também responsável por distorções e polarizações que afetam a opinião pública e o próprio processo investigativo.

Palavras-chave: Publicidade processual; mídia; espetacularização.

ABSTRACT

The principle of publicizing procedural acts is essential in a democratic state of law, as it ensures transparency and allows society to monitor and oversee government actions. However, due to the growing impact of the media, especially in an era of hyperconnectivity and the expansion of social networks, this transparency can often be distorted. This study explores the impact of the media on the publicity of procedural acts in Brazil, focusing on the shift from a democratic transparency perspective to a media-driven sensationalism, particularly in criminal cases. It examines how the principle of publicity, which is fundamental for transparency and social control in a democratic state of law, can be distorted by the media's pursuit of audience and sensationalism, undermining fundamental guarantees such as the presumption of innocence and due process. The study uses the Marielle Franco case as an example to highlight the dual nature of the media: crucial in pressuring for justice, yet also responsible for distortions and polarizations that affect public opinion and the investigative process itself.

Keywords: Procedural Publicity; Media; Spectacularization.

1 INTRODUÇÃO

O princípio da publicidade dos atos está pautado na transparência da administração, o que é a base do Estado Democrático de Direito, disposto no caput do artigo 37 da Constituição Federal (CF/88), onde se preceitua que a administração pública obedecerá aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência.

A previsão do artigo 5º, XXXIII, da CF/88, declara que todos têm o direito de receber dos órgãos públicos informações de seu interesse ou coletivo, complementado pelo inciso, LX, do mesmo dispositivo legal, o qual deixa claro que a publicidade dos atos será restringida dos atos processuais somente em defesa da intimidade ou se houver interesse social.

A questão da defesa da intimidade aparece anteriormente aos incisos citados no artigo 5º, onde versa que são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas. Esse princípio surgiu com a Constituição de 1988, com a priorização dos ideais democráticos, em contraposição aos períodos de ditadura nos quais a população não tinha acesso a informações e sequer poder de participação.

Nesse sentido, a relação posta entre processos criminais, amparados pelos princípios da publicidade e a sua relação com a mídia contemporânea apresenta tensões que merecem atenção. Para além da estigmatização de uma parcela da população brasileira, cujos dados mostram ser negras, de baixa renda e jovens, há a discussão sobre a

espetacularização dos processos de maior repercussão nacional, como o caso do Presidente Lula, a qual acarreta, em muitos dos casos, em nulidades.

Dessa forma, o objetivo do presente trabalho é o de analisar os benefícios ou não do princípio da publicidade sob o ponto de vista do processo criminal. A hipótese a ser sustentada é que esse pode ser distorcido pela mídia ao buscar audiência e sensacionalismo, comprometendo garantias fundamentais como a presunção de inocência e o devido processo legal.

Para tanto, opta-se pelo método de pesquisa do estudo de caso da vereadora Marielle Franco, assassinada em 2018. Baseado em notícias de jornais desse período, verificou-se as tentativas de destruição da reputação de Marielle com a busca por respostas judiciais satisfatórias. Soma-se a isso a revisão bibliográfica sobre o marco teórico do relacionamento entre mídia e sistema de justiça criminal.

O artigo se segue em outras duas seções a essa introdução: em uma primeira, delinea-se os contornos da dinâmica entre a mídia e o Poder Judiciário para, em seguida, analisar o caso Marielle. Ao final, considerações são tecidas ao considerar se a hipótese foi comprovada.

2 O JUDICIÁRIO E A MÍDIA

Miguel Reale define princípios como “juízos fundamentais, que servem de alicerce ou de garantia de certeza a um conjunto de juízos, ordenados em um sistema de conceitos relativos à dada porção da realidade” (Reale, 2001, p. 25), já Luís Roberto Barroso os define como “conjunto de normas que espelham a ideologia da constituição, seus postulados e seus fins” (Barroso, 2009, p. 191).

Quando falamos de princípios, sabemos que a Constituição Federal de 1988 se alicerça em princípios fundamentais do seu artigo primeiro ao seu artigo quarto, os quais antecedem o artigo quinto, onde se encontram as garantias fundamentais; porém, é válido salientar que o Estado é soberano e que são poderes da união, independentes e harmônicos entre si, o legislativo, o executivo e o judiciário, sendo assim os três poderes. Toda via, com o passar das eras, vem se apontando um quarto poder não oficial e globalizado, o poder midiático. Ele tem grande capacidade de influência cultural, consumerista, linguística e uma

capacidade única na propagação de informações e opiniões aos cidadãos, não somente do Brasil.

Guareschi (2007, p. 09) define em quatro afirmativas o que vem a ser a tão conhecida mídia; primeiramente, ela se caracteriza como uma construção da realidade, a comunicação visa construir uma realidade onde algo só existe realmente se é mediado, visto dessa forma, a mídia tem o poder de definir o que é ou não real. Em segundo lugar, a mídia tem papel valorativo, ela atribui valor à realidade existente, determina se algo é digno de respeito, se é bom ou ruim, e quem “merece” ser valorizado. A terceira afirmativa se liga à determinação dos temas, a mídia decide quais são os assuntos relevantes e até onde os mesmos podem ou não ser relevantes, assim, incluindo ou excluindo temas da pauta pública. Finalizando, na quarta afirmativa, a mídia influencia a criação de indivíduos receptivos às informações, ou seja, a formação de pessoas acríticas e meramente receptivas, com uma cultura midiada e reducionista.

Quando falamos do “quarto poder”, citamos algo ilegítimo e que ainda assim retém a capacidade de influenciar a formação de opiniões e a propagação de ideias. Ao analisarmos o papel da mídia na sociedade, ela vem como uma influenciadora e criadora de expectativas, onde a sociedade passa a desejar uma justiça mais imediata e efetiva, onde considera-se necessário sacrificar garantias e restringir direitos, a pressão social passa a levar a decisões jurídicas que desconsideram e comprometem princípios fundamentais e garantias individuais por um utópico “bem maior”. A liberdade de acesso às informações não deve ser de forma alguma restringida, mas sim compatibilizada, garantindo a busca pela justiça e evitando interpretações que possam gerar e resultar em injustiças. É de grande importância proteger o cidadão da então exploração jornalística e midiática, resguardando os fatos até o devido processo legal, assim garantindo, por exemplo, a presunção de inocência, a dignidade da pessoa humana, o contraditório e a ampla defesa, evitando que, assim, indivíduos sejam vistos como criminosos mesmo antes da conclusão do processo.

Quando se aborda o princípio da publicidade dos atos, a base originária do mesmo se respalda na proteção dos direitos individuais e na humanização do processo, desempenhando um papel de garantia do acesso a informações sobre a atuação do Estado, permitindo assim que, por meio do estado democrático de direito, os cidadãos acompanhem e critiquem eventuais falhas, vícios ou mesmo abusos cometidos. Podemos visualizar a publicidade dos atos como um recurso de grande valia para o equilíbrio e manutenção, o mesmo não significa uma desvairada e indiscriminada

exposição de um indivíduo, porém toda via, nunca saberemos qual será a relevância de certa informação na mídia, muito menos sabemos a proporção que a discussão e distorção de uma dada temática, caso, fato ou acontecimento, pode ganhar prestante os indivíduos midiaticizados.

Entrando na questão da publicidade, não há como não citar Guy Debord (1991) e seu livro *A sociedade do espetáculo*, o qual será uma das principais bases e referência do presente trabalho. Publicado em 1967 e traduzido somente na década de 90 no Brasil, Debord tece críticas ao espetáculo, que se tornou uma característica do capitalismo, fazendo alusão a uma falsa realidade baseada apenas no que se vê nos meios de comunicação em massa. Monopolizando a cultura e o dia a dia da sociedade, tudo se baseia no capitalismo e se torna mercadoria, onde as pessoas são medidas por imagens, mudando até mesmo as formas das relações sociais.

A espetacularização se tornou palco da vida cotidiana, onde tudo acontece e é medido por um contexto social midiático. O espetáculo, com a evolução da sociedade, passou a dominar as nações de forma globalizada, onde todos são hiperestimulados com uma carga gigantesca de conhecimentos, levando em conta que a atualidade é um vasto comércio de informações, onde até a própria inteligência tem se tornado artificial; a mídia, como veículo principal do espetáculo, não revela de fato a realidade social, toda via impõe uma realidade distorcida, criada a sua vontade; Patrick Charaudeau (2006) discute em sua obra “Discurso das mídias” a produção e recepção das informações, onde em uma dualidade os cidadãos tecem críticas à manipulação da mídia, porém ainda acreditam em qualquer desinformação propagada pelas redes.

O capitalismo é dotado de um conceito trazido por Adorno e Horkheimer (1985), a razão instrumental, o mesmo trazido pela obra *A dialética do Esclarecimento*. O conceito é relacionado com a forma de racionalidade que se orienta e segue objetivos práticos e a eficiência, onde se deveria ter a condução, a emancipação e liberdade humana, porém o único ponto alcançado são negligências e consequências éticas e sociais, como, por exemplo, a padronização e homogeneização da cultura com o instrumento da globalização, uma indústria cultural onde se distribui uma suposta “cultura” em massa, ou seja, um produto, e perde suas raízes e sua capacidade crítica e evolutiva na sociedade.

A conformidade, passividade social e o comodismo são consequências da indústria, onde conteúdos superficiais, entretenimento e distrações são mais importantes que informações de fato, e somando a

contribuição da perpetuação de irracionalidades, fake news e desinformações que vêm tomando conta do conhecimento social; opiniões pré-fabricadas são gradativamente mais comuns e constantemente disparadas contra a população, fazendo com que o surgimento de extremismos seja corriqueiro, normas sejam propagadas de formas errôneas e rasas, e a desinformação seja implantada em uma sociedade carente de seus direitos fundamentais.

Historicamente, a publicidade tal qual a conhecemos surge em meados do século XX, após a Segunda Guerra Mundial, onde temos a revolução técnico- científica, que se inicia predominantemente com o uso do computador pessoal e a internet. A globalização foi o fator de maior relevância nessa revolução, pois a tecnologia da informação se tornou um mercado de grande valor, um processo de integração de comunicação e fluxo de informações. A telefonia móvel, a expansão da internet, a evolução da comunicação via satélite e a televisão foram fatores evolutivos altamente influenciadores e mudaram como um indivíduo poderia consumir as informações. Em pouco tempo, a velocidade se tornou elemento fundamental para a satisfação de consumo do indivíduo.

Sabendo que a mídia e o poder judiciário não possuem como característica a estática, ambos evoluíram com a sociedade e suas necessidades. Edson Fachin (2014) escreveu em seu artigo mídia e poder judiciário: entre transparência e coerência - ideias para um ensaio preliminar, onde sugere que a moralidade e a ética são componentes do direito pós- positivista, superando o normativismo positivista; a responsabilidade quanto à prestação de contas em relação aos direitos dos cidadãos ao acesso a informações verídicas, no Brasil contemporâneo, juntamente à liberdade de expressão, à proteção da privacidade e dos dados pessoais, são constitucionais. Como escreve Edson Fachin, “Lealdade significa corresponder à confiança depositada nas missões confiadas: ao administrador, gestão proba da coisa pública, bem como, ao Judiciário, realizar a justiça, e à mídia, não cambiar fato por miragem”, trecho extraído do artigo citado acima, que define de forma clara os papéis dos administradores, do poder judiciário e da mídia. Vale ressaltar que uma das principais características da democracia é o debate, em que as discussões na realidade não resolvem problemas e sim levantam novas questões a serem debatidas, o que traz à tona que: “não cabe ao Estado, por qualquer dos seus órgãos, definir previamente o que pode ou o que não pode ser dito por indivíduos e jornalistas”

Em gancho com a última frase citada, é válido trazer à baila a ADPF 130, conhecida como “acordão do fim da lei de imprensa no Brasil”, onde foi declarada inconstitucionalidade da lei de imprensa, legislação que retrogradava ao período da ditadura militar no país. Promulgada em 1967 durante o regime militar, estabelecia uma série de restrições relacionadas à liberdade de imprensa, usando meios como censuras e punições de jornalistas e veículos de comunicação. A lei da imprensa passou a se tornar incompatível e anacrônica em relação ao retorno da democracia e com a constituição de 1988, sendo que ela assegura a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa como direitos fundamentais, presentes no artigo 5º da presente constituição.

Contestando a validade da lei de imprensa em 2009, a ADPF foi proposta questionando diversos artigos em que seu conteúdo previa censura, prisão de jornalista por calúnia, difamação e injúria, e a obrigação de autorização prévia para a publicação de biografias não autorizadas e diversos outros conteúdos, que assim violavam os princípios constitucionais da liberdade de expressão. Sendo a lei incompatível com a constituição, foi considerada extinta, e qualquer legislação que conflite com os princípios é inválida.

Mesmo com o marco da globalização no aspecto mundial e da ADPF 130 no aspecto nacional, passa-se a questionar: quais são as consequências, divergências, reflexos e questões a serem abordados entre o judiciário e a mídia?

É existente muito da espetacularização nos processos penais brasileiros, alguns com certa relevância, tais como o caso Richthofen e o caso Nardoni. Esses casos são claramente exemplos de como a espetacularização pode afetar e distorcer a percepção.

No decorrer do devido processo legal, a base de qualquer processo são seus princípios que servem como norteadores e representam a proteção dos direitos e garantias fundamentais dos indivíduos, guardando assim o direito material e processual. Vale-se lembrar do princípio da presunção previsto no art. 5º, inciso LXII, “ninguém será considerado culpado até o trânsito em julgado de sentença penal condenatória”, ou “*in dubio pro reo*”; e também merece destaque o princípio do devido processo legal que surge do “due process of law” do inglês, uma garantia de um julgamento justo e equilibrado; o princípio da ampla defesa e contraditório derivam do “audi alteram partem”, garantem o direito pleno de defesa do acusado; além desses princípios, existem diversos direitos e garantias que fazem parte do processo.

2.1. OPINIÃO PÚBLICA E A ESPETACULARIZAÇÃO: O CASO MARIELLE FRANCO

O caso Marielle Franco, desde o início, foi alvo de uma cobertura massiva pela mídia, justificada pelo impacto social e político do crime. No entanto, essa ampla exposição também abriu espaço para a deturpação dos fatos e a criação de narrativas que desviaram o foco da investigação e da punição dos responsáveis. A mídia desempenhou um papel duplo: foi essencial para manter o caso em evidência e pressionar as autoridades, mas também, em alguns momentos, se envolveu em uma cobertura sensacionalista que distorceu os fatos e especulou sobre motivações e envolvidos, contribuindo para uma atmosfera de desinformação.

A cobertura do caso, especialmente por veículos como a Folha de São Paulo e O Estado de São Paulo, frequentemente, incluiu manchetes sensacionalistas que levantavam suspeitas infundadas sobre a trajetória política de Marielle, sugerindo associações com milícias e facções criminosas sem evidências concretas. Esse processo de "assassinato de reputação" deslegitimou sua atuação política e social, desviando o foco da investigação e polarizando a opinião pública. A busca por audiência em vez da verdade e da justiça foi evidente, refletindo uma abordagem que muitas vezes comprometeu a integridade da cobertura jornalística.

Postado em 24 de março de 2024 às 17h42, pela Folha de São Paulo, nos deparamos com a seguinte manchete:

“Marielle foi morta por ser vista como obstáculo à milícia e grilagem, diz PF. Crime teria sido cometido por 'repugnância dos irmãos Brazão' à atuação da vereadora do PSOL.”

Outra publicação feita pela mesma em 27 de março de 2024, às 6h00, diz o seguinte:

“Quem são e o que pesa contra os suspeitos do caso Marielle Franco, segundo a PF.”

Diversos veículos de jornalismo tentaram de diversas formas deturpar a investigação e seus fatos e outros de glorificar Marielle como mulher, negra e ativista que ela foi.

A pressão midiática não apenas influenciou a opinião pública, mas também criou um ambiente que forçou o Judiciário a ser mais transparente em algumas fases do processo. Contudo, essa mesma pressão

por resultados rápidos pode ter comprometido a qualidade da investigação. A mídia, ao enfatizar aspectos controversos e especulativos, muitas vezes distorceu a complexidade do caso e a necessidade de um processo metucioso.

O tratamento midiático do caso Marielle Franco evoluiu ao longo do tempo. Inicialmente, houve uma comoção generalizada e uma cobertura que focava na indignação e na busca por justiça. Entretanto, à medida que o tempo passou e a investigação se arrastava sem respostas claras, a cobertura começou a se fragmentar. Surgiram teorias da conspiração, especulações infundadas e, em alguns casos, tentativas explícitas de descredibilizar Marielle e seu legado. Essa evolução demonstra como a mídia, ao longo do tempo, pode tanto manter a pressão por justiça quanto contribuir para a desinformação.

Com o prolongamento da investigação sem respostas claras, a cobertura fragmentou-se, dando espaço a teorias da conspiração e especulações infundadas. Esse cenário exemplifica como a mídia pode, simultaneamente, manter a pressão por justiça e contribuir para a desinformação. A publicidade em torno do caso foi crucial para mobilizar movimentos sociais e organizações de direitos humanos, mantendo o crime na agenda pública e garantindo que o processo judicial não se tornasse obscuro e inacessível. No entanto, a exposição excessiva de detalhes da investigação e o vazamento de informações estratégicas levantaram questões sobre o equilíbrio entre transparência e sigilo necessário para proteger a investigação.

A intensa cobertura midiática criou um ambiente em que qualquer retenção de informações era vista com desconfiança, expondo a tensão entre a transparência necessária para manter a confiança pública e o sigilo necessário para proteger a investigação. Esse ambiente propenso à proliferação de teorias da conspiração e narrativas distorcidas complicou a investigação e dividiu a opinião pública, dificultando a condução de um processo penal justo e eficiente.

A construção narrativa da mídia sobre Marielle Franco evoluiu ao longo do tempo. Inicialmente, houve uma comoção generalizada e um foco na busca por justiça. Entretanto, a mídia também se tornou um campo de disputa simbólica, onde diferentes veículos construíram narrativas distintas sobre quem foi Marielle e o que seu assassinato significava. Essa dualidade na cobertura, entre manter o caso vivo e buscar audiência, muitas vezes favoreceu o sensacionalismo, gerando uma visão fragmentada e polarizada da realidade.

A espetacularização do caso, amplificada pela mídia tradicional e pelas redes sociais, contribuiu para a alienação do público, que consumiu o caso como mais um produto midiático, sem necessariamente compreender as profundas implicações sociais e políticas envolvidas. A repetição incessante de temas e imagens pode ter gerado uma dessensibilização, onde a gravidade do evento se perdeu no meio da enxurrada de informações.

Embora a mídia tenha tentado moldar a narrativa, o caso também gerou uma mobilização social significativa, evidenciando uma resistência à manipulação midiática. No entanto, como Adorno e Horkheimer (1985) discutem em "Dialética do Esclarecimento", até mesmo essa mobilização pode ser cooptada pela lógica da indústria cultural, transformando a resistência em mais um produto a ser consumido. A imagem da vereadora, transformada em ícone, corre o risco de ser desvinculada das lutas reais que ela representava. A publicidade, neste caso, também desempenhou um papel crucial na mobilização de movimentos sociais, organizações de direitos humanos e da sociedade civil em geral, que se uniram para exigir respostas e justiça. Isso exemplifica a importância da transparência como forma de empoderamento da sociedade, garantindo que a justiça não seja um processo obscuro e inacessível.

A exposição pública de suspeitas e detalhes das investigações, amplificada pela mídia, pode ter comprometido a própria investigação, ao alertar potenciais culpados e ao criar uma pressão excessiva sobre as autoridades para apresentar resultados rápidos. Além disso, a espetacularização do caso levou a uma polarização da opinião pública, onde aspectos políticos e ideológicos passaram a influenciar a percepção dos fatos e a condução do processo, a exposição excessiva dos detalhes da investigação e das suspeitas pode ter contribuído para que os reais culpados ajustassem suas estratégias, evitando a detecção. Esse tipo de interferência é um dos motivos pelos quais o sigilo é mantido em investigações complexas e sensíveis, como foi o caso de Marielle Franco.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O princípio da publicidade dos atos processuais é uma ferramenta indispensável no estado democrático de direito, pois promove a transparência e permite à sociedade acompanhar e fiscalizar as ações do

poder público. No entanto, com a crescente influência da mídia, especialmente em tempos de hiperconectividade e de expansão das redes sociais, essa transparência tem sido muitas vezes deturpada em favor de uma espetacularização dos processos judiciais. A mídia, ao priorizar o sensacionalismo em detrimento de uma cobertura equilibrada e informativa, tem o potencial de comprometer princípios fundamentais do processo penal, como a presunção de inocência, o contraditório e a ampla defesa.

A espetacularização de processos penais, como visto no caso de Marielle Franco, revela uma dualidade na atuação da mídia: por um lado, ela desempenha um papel importante ao manter casos de grande relevância social na pauta pública, pressionando o Estado para investigar e punir os responsáveis. Por outro lado, essa mesma exposição midiática pode desvirtuar a percepção pública, criando narrativas sensacionalistas, disseminando desinformação e contribuindo para a formação de opiniões polarizadas. O resultado é a criação de uma atmosfera de "julgamento público", onde o veredito da opinião pública pode preceder ou até mesmo influenciar o julgamento judicial, o que compromete a imparcialidade e a equidade dos processos.

Esse cenário reforça a necessidade de refletir sobre os limites e responsabilidades da mídia ao cobrir processos judiciais, especialmente nos processos penais. O equilíbrio entre o direito à informação e o respeito ao devido processo legal deve ser uma preocupação central. A mídia não pode ser um ator que antecipa julgamentos, expõe os envolvidos ao linchamento público ou influencia decisões com base em pressões sociais e políticas.

Além disso, a espetacularização não apenas afeta o andamento de tais processos, mas também contribui para a construção de uma sociedade passiva e acrítica, que consome a justiça como uma espécie de espetáculo mediático. A opinião pública, influenciada por uma cobertura superficial e sensacionalista, pode deixar de lado os preceitos fundantes do nosso ordenamento jurídico para priorizar um ideal de justiça pautado no imediatismo, sob perspectiva simplista, que frequentemente ignora a complexidade dos casos e os direitos dos envolvidos.

O poder judiciário e a mídia devem atuar de maneira complementar, mas sempre respeitando os limites assegurados pela nossa Constituição Federal, qual sejam, a imparcialidade, a legalidade e o respeito aos direitos individuais. A imprensa deve informar de maneira responsável, sem transformar casos judiciais em espetáculos, contribuindo

para a educação jurídica da população e para a construção de uma justiça democrática, que não sucumba à pressão das manchetes sensacionalistas.

Finalmente, destaca-se que o papel da mídia na sociedade atual é de extrema relevância para a formação da opinião pública e o fortalecimento da democracia. No entanto, quando esse papel é exercido sem a devida responsabilidade e ética, os prejuízos ao estado de direito podem ser imensuráveis. A busca por audiência e “likes” ao invés da busca pela verdade e pela justiça, deve ser questionada e reavaliada. A mídia, assim como o judiciário, carrega consigo uma enorme responsabilidade social, e por essa razão, deve atuar perante o comprometimento com os valores democráticos para que se evite os riscos da espetacularização no âmbito do processo penal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor. **Dialética do esclarecimento**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 1985.

ARAÚJO, Bruno Monteiro de. **O (des)respeito aos princípios processuais penais diante da excessiva midiaticização dos crimes**. 2018. Trabalho de Conclusão de Curso.

BARBOSA, Deise Araujo. **A influência da mídia nos processos judiciais criminais**. Revista Acadêmica Escola Superior do Ministério Público do Ceará, v. 11, n. 2, p. 11-18, 2019.

BARROSO, Luís Roberto. **Interpretação e aplicação da Constituição: fundamentos de uma dogmática constitucional transformadora**. São Paulo: Saraiva, 2009.

BECHARA, Fábio Ramazzini; CAMPOS, Pedro Franco de. **Princípios constitucionais do processo penal-questões polêmicas**. Rivista Italiana di Diritto e Procedura Penale, v. 2, p. 538-86, 1999.

CAETANO, Filipe Ribeiro. **Espectacularização do processo penal e as consequências do populismo penal midiático**.

CASARA, Rubens Roberto Rebello. **A espetacularização do processo penal.**

Revista Brasileira de Ciências Criminais, n. 122, p. 309-318, 2016.

CHARRAUDEAU, Patrick. **Discursos das Mídias.** Editora Contexto, 2006.

DE AZEVEDO, Bernardo Montalvão Varjão. **O princípio da publicidade no processo penal, liberdade de imprensa e a televisão: uma análise transdisciplinar.** *Direito Público*, v. 8, n. 36, 2011.

DE OLIVEIRA, Emanuelle Amorim; DA SILVA, Victor Daniel Oliveira. **Casos de grande repercussão no direito penal brasileiro – a influência midiática.** *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, v. 8, n. 11, p. 1618-1630, 2022.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Contraponto.1991.

DIA¹, Caroline Cerdeira; DE SOUZA GONÇALVES, Priscila; PORTO, Uelton Carlos. **Mídia como quarto poder reducionista versus o devido processo penal.** A relevância do pensamento de Jacques Ellul no início do século XXI, p. 148.

FABRIS, Leonardo Prates; ROCHA, Álvaro Oxley. Sociedade, mídia e crime: **a compreensão social dos transgressores.** In: Congresso Internacional de Ciências Criminais. 2013.

FACHIN, Luiz Edson. **Mídia e poder judiciário: entre transparência e coerência- idéias para um ensaio preliminar.** *Revista USP*, n. 101, p. 121-128, 2014.

FEY, Angela Nogueira; KAWABATA, Angélica Liumi. **O princípio da publicidade no processo penal.** Caderno da Escola Superior de Gestão Pública, Política, Jurídica e Segurança, v. 4, n. 2, p. 4-16, 2021.

GOMES, Lorena Lima. **A influência da mídia no julgamento de ações penais de grande repercussão no Brasil.** 2023.

GUASQUE, Barbara; GUASQUE, Adriane. **A necessária relativização do princípio da publicidade no processo eletrônico em virtude do**

direito ao esquecimento. Publicatio UEPG: Ciências Sociais Aplicadas, v. 23, n. 1, 2015.

HONORIO FILHO, Simplicio; DOVANA, Paula; DE ABREU COSTA, André.

Populismo penal midiático: exploração midiática da criminalidade e a espetacularização do crime. **Revista Brasileira de Estudos de Segurança Pública**, v. 12, n. 1, 2019.

LEAL, Augusto. **O princípio da publicidade no processo judicial telemático e suas repercussões na legitimidade democrática do Poder Judiciário.** Observatório da Jurisdição Constitucional, 2009.

MARQUES, Leonardo Marinho; SILVA, Larissa Serrano. **Tensão entre publicidade e sigilo na construção do Processo Penal Democrático.** In: XVIII Congresso Nacional do CONPEDI. 2009. p. 9479-9499.

NERY, Arianne Câmara. PUC. RS, no curso de Mestrado, em meados da década.

PINHEIRO, Caroline Malaquias. Análise dos princípios da publicidade dos atos processuais e da presunção de inocência sob o exercício da liberdade de expressão dos órgãos da mídia no Brasil. 2013.

POLL, Roberta Eggert et al. Devido processo penal midiático: **análise da opinião pública frente à punição.** *Prisma Jurídico*, v. 17, n. 1, p. 39-57, 2018.

REALE, Miguel. **Lições preliminares de direito.** Saraiva, 2001.

REICHELTL, Luis Alberto. **A exigência da publicidade dos atos processuais na perspectiva do direito ao processo justo.** In: *Revista de Processo*. 2014. p. 77.

RIBEIRO, Bruna Bispo et al. **A influência da mídia no Processo Penal.** 2018.

RICARDO, Fernanda Ribeiro; DA SILVA, Rosana Ribeiro. **Influência da mídia no direito penal.** *Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação*, v. 8, n. 4, p. 1803-1820, 2022.

SILVA, Isabelle Menezes Vieira da. **Sigilo dos atos de investigação e o princípio da publicidade das ações penais no âmbito dos megaprocessos espetacularizados**. TCC (Graduação)-Curso de Direito, Faculdade Nacional de Direito, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

TEODORO, Diogo Antônio Gouveia Madureira. **O populismo penal midiático em detrimento aos princípios fundamentais da pessoa humana**. 2021.

VIEIRA, Ana Lúcia Menezes. **Processo penal e mídia**. Editora Revista dos Tribunais, 2003.