

UNIVERSIDADE VILA VELHA
COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA

CAMILLY PASSOS NAPOLEÃO

TRUE CRIME E A PERCEPÇÃO DA VIOLÊNCIA NA MÍDIA

VILA VELHA

2025

CAMILLY PASSOS NAPOLEÃO

TRUE CRIME E A PERCEPÇÃO DA VIOLÊNCIA NA MÍDIA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de Publicidade e
Propaganda da Universidade Vila Velha
como requisito parcial para obtenção do
grau de Bacharel(a).

Orientador: Prof. Bruno Dias Franqueira

VILA VELHA

2025

SUMÁRIO

1. Introdução	5
2. Violência: conceito e manifestações simbólicas	7
2.1 A violência simbólica nos meios de comunicação	8
3. O surgimento e consolidação do gênero <i>True Crime</i>	10
4. A Espetacularização da Violência	12
5. O Caso Modus Operandi	14
6. Entretenimento ou dessensibilização: o impacto do consumo recorrente de conteúdos violentos	17
7. Ética e responsabilidade na comunicação de crimes reais	19
8. Considerações Finais	21
Referências	23

True Crime e a Percepção da Violência na Mídia

Camilly Passos Napoleão¹

Bruno Dias Franqueira²

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar como o consumo de conteúdos do gênero True Crime influencia a percepção do público sobre a violência e a maneira que a sociedade discute crimes reais. Partindo da compreensão da violência como fenômeno social, simbólico e midiático, a pesquisa aborda a forma como a mídia transforma crimes em narrativas envolventes e, muitas vezes, os espetaculariza. Também são discutidos os impactos éticos e comunicacionais por trás da produção desse tipo de conteúdo, especialmente quando o entretenimento se sobrepõe à reflexão crítica. Como estudo de caso, é analisado o podcast *Modus Operandi*, um dos principais nomes do gênero no Brasil. A pesquisa se fundamenta em autores como Bourdieu, Debord, Foucault, Cohen, Benjamin e outros que abordam mídia, violência e construção simbólica.

Palavras-chave:

True Crime; Violência; Mídia; Comunicação;

¹ Graduanda em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Vila Velha (UVV).

² Graduado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade Vila Velha (UVV), Mestre em Psicologia pela Universidade Federal do Espírito Santo (UFES).

1. Introdução

A violência faz parte da história desde seus primórdios; talvez sequer tenha havido uma época sem registros de seus impactos. De acordo com a Organização Mundial da Saúde, no relatório “Prevenindo lesões e violência: uma visão geral”, das 4,4 milhões de mortes anuais relacionadas a lesões, uma em cada três resulta de acidentes de trânsito, uma em cada seis de suicídios, uma em cada nove de homicídios e uma em cada seis de guerras e conflitos.

Por ser uma questão tão presente nas estruturas sociais, a violência sempre esteve entre os principais temas abordados pela comunicação. Ao longo do tempo, ela tem sido relatada, registrada, interpretada e, mais recentemente, transformada em produto midiático (Vox, 2021). Nesse contexto, surge o gênero True Crime, um formato narrativo que se mantém em alta e que apresenta, de maneira envolvente, os detalhes de crimes reais. Com linguagem investigativa e apelo dramático, esse tipo de conteúdo, muitas vezes, se propõe não apenas a informar, mas também a entreter.

Pode-se dizer que esse gênero ganhou notoriedade nos últimos anos, mas essa percepção não está completamente correta. O fascínio por histórias de crimes reais acompanha a humanidade há séculos. Parafraseando o autor Harold Schechter, esse apetite antecede até mesmo a invenção da imprensa por Gutenberg; segundo ele, “sempre que um assassinato horrível acontecia, algum poeta o transformava em uma balada ou em um poema.” (Schechter apud *Veja*, 2023).

Ainda assim, apesar da familiaridade histórica com esse tipo de narrativa, é inegável que houve uma crescente no consumo da categoria nos últimos anos — especialmente após a pandemia. Segundo dados da Kantar IBOPE Media, em 2020 os podcasts se tornaram o segundo formato mais consumido no Brasil, com destaque para os de gênero True Crime, que figuram entre os mais ouvidos nas plataformas digitais. As produções de True Crime se intensificaram e se popularizaram em diversas plataformas e formatos. E, à medida que a variedade de conteúdos se amplia, torna-se igualmente urgente debater os limites, impactos e responsabilidades que envolvem esse fenômeno midiático.

Frente a essa questão, a pergunta que orienta esta pesquisa é: como o consumo de conteúdos do gênero True Crime influencia a percepção da violência e a forma como a sociedade discute crimes reais?

A hipótese deste trabalho é que o True Crime, ao se firmar como nova mídia, interfere na forma que o público enxerga a violência, fazendo com que conteúdos violentos se tornem cada vez mais normalizados e um tipo de entretenimento. Essa teoria será estudada a partir da observação de conteúdos do gênero, bem como de seus impactos comunicacionais e sociais.

Seguiremos nossa reflexão com uma fundamentação teórica baseada nas definições de violência, crime e suas representações na comunicação. Em seguida analisaremos o gênero True Crime como produto midiático, com foco em seu crescimento, características narrativas e no comportamento do público — destacando o podcast *Modus Operandi* como estudo de caso. Por fim, faremos uma crítica aos impactos sociais, éticos e comunicacionais gerados por esse tipo de consumo.

2. Violência: conceito e manifestações simbólicas

Antes de qualquer análise profunda sobre a violência, é essencial entender como ela se apresenta e se expressa. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a violência é caracterizada pelo uso intencional da força física ou do poder, real ou sob ameaça, contra si próprio, outra pessoa ou um grupo ou comunidade, que resulte, ou possa resultar, em lesão, morte, dano psicológico, prejuízo ao desenvolvimento ou privação.

Essa definição evidencia como é amplo o conceito de violência, que não se limita a agressões físicas, lesões ou assassinatos. Envolve também aspectos morais e psicológicos, como o bullying, o abuso de poder e diferentes formas de assédio. Ainda que tais atitudes não sejam sempre intencionais ou resultem diretamente em morte ou agressão física, elas geram consequências negativas para uma ou ambas as partes envolvidas.

Entretanto, é importante destacar, que apesar de sua presença constante na história, a violência não é um fenômeno natural ou enraizado no ser humano. Trata-se, acima de tudo, de uma construção social desenvolvida ao longo do tempo. Em um estudo sobre as origens da violência, a UNESCO (2022) contribui com a ideia de que o conceito de “violência original” é um mito, afirmando que a guerra não é inseparável da condição humana, mas sim um produto das sociedades e culturas (UNESCO, 2022).

Aprofundando ainda mais a discussão, encontra-se o conceito de violência simbólica, definido pelo sociólogo Pierre Bourdieu. Trata-se da imposição de significados, valores e normas que são aceitos como legítimos, mesmo quando acabam reforçando desigualdades e colocando indivíduos em posições de desvantagem. Esse tipo de violência não depende do uso da força física, mas se manifesta por meio da linguagem, de símbolos e da naturalização de desigualdades (Bourdieu, 1998; Thompson, 1995). É visível, por exemplo, em notícias tendenciosas, na forma como determinados grupos sociais são retratados pela mídia, assim como nos padrões de beleza e comportamento impostos socialmente.

Essas manifestações simbólicas disfarçam atitudes que reforçam disparidades sociais e perpetuam a dominação de classes, impondo seus costumes, normas, hábitos e visões de mundo como se fossem universais e corretos. Ao fazer isso, também influenciam

profundamente a forma como as sociedades interpretam o crime e os sujeitos criminalizados, contribuindo para a construção de narrativas que legitimam punições seletivas e reforçam estigmas sociais.

2.1 A violência simbólica nos meios de comunicação

Considerando que a violência se manifesta também de forma simbólica, é necessário refletir sobre o papel da mídia na construção e na manutenção dessas violências. Os meios de comunicação, por lidarem diretamente com discursos e narrativas, acabam desempenhando uma função central nesse processo, ao reforçarem desigualdades sociais e representações distorcidas sobre determinados grupos.

Entre os mecanismos observados, está o que Bourdieu (1998) chama de fatos-ônibus. Essa expressão se refere a acontecimentos que, ao serem noticiados pelos meios de comunicação, geram grande comoção e passam a ser discutidos sob diferentes perspectivas, guiando diversos discursos ao mesmo tempo — como se fossem, de fato, um ônibus onde várias interpretações podem embarcar. A mídia se apropria de grandes crimes, tragédias ou escândalos e os transforma em narrativas com forte apelo emocional. Com isso, contribui para a manutenção de um imaginário coletivo que naturaliza preconceitos, legitima punições seletivas e reforça estigmas sociais (Sodré, 2002).

A forma como crimes são noticiados, a linguagem adotada nos relatos e a maneira como certos perfis são associados à criminalidade são exemplos de como a mídia atua nesse processo. Muitas vezes, jovens, negros e moradores de periferia são retratados como perigosos ou suspeitos, enquanto crimes cometidos por pessoas brancas e de classes mais altas recebem uma abordagem mais branda, humana ou até silenciosa. Essas escolhas não são neutras e impactam diretamente a forma como a sociedade entende o que é violência, quem a comete e quem deve ser punido.

Muniz Sodré (2002) destaca que a comunicação não apenas informa, mas estrutura formas de ver, sentir e compreender o mundo. Segundo o autor, a mídia organiza simbolicamente a realidade, atuando como mediadora entre os fatos e a percepção pública. Isso significa que o modo como os acontecimentos são narrados têm um papel ativo na formação da opinião

pública e na consolidação de discursos que favorecem certos grupos e marginalizam outros.

Muitas vezes, o problema não está apenas no que é exibido, mas também no que é omitido. Silenciar determinadas violências ou tratar casos semelhantes de maneiras diferentes revela como a mídia pode reforçar uma lógica desigual. Essa construção simbólica da realidade influencia a percepção da sociedade sobre o crime, o criminoso e a vítima, além de moldar expectativas sobre justiça, punição e segurança pública.

Entender a violência como um fenômeno complexo que vai além do âmbito físico e que está enraizado em relações simbólicas e sociais é essencial para analisar como os discursos midiáticos moldam a interpretação que a sociedade tem sobre determinado crime. Quando estigmas são reforçados, desigualdades são normalizadas e quando se escolhe o que transmitir ou ocultar, a mídia contribui ativamente para a construção de percepções coletivas de violência. Essa influência é ainda mais ampliada quando o crime se torna um produto de consumo, como é o caso do gênero True Crime — tópico explorado no próximo capítulo.

3. O surgimento e consolidação do gênero *True Crime*

Desde os primórdios do jornalismo impresso, especialmente no início do século XX, a veiculação de notícias criminais se mostrou mais do que informativa: tornou-se também uma fonte inesgotável de histórias. Casos trágicos com desfechos justos ofereciam aos leitores uma sensação de alívio e restabelecimento da ordem. Já aqueles não resolvidos alimentavam o imaginário popular com especulações, medo e teorias da conspiração. Esse tipo de cobertura conquistava a atenção da audiência, especialmente por despertar emoções como indignação, curiosidade e ansiedade.

No Brasil, exemplos como o caso Fera da Penha (1927), o assassinato de Aída Curi (1958) ou o caso Doca Street (1976) evidenciam como o crime sempre despertou enorme interesse público e ganhou espaço privilegiado na mídia. Com o tempo, o apelo desses casos superou o status de notícias. Viraram livros, filmes, peças de teatro e documentários, revelando o potencial narrativo dos crimes reais.

Sabendo da alta demanda por esse tipo de conteúdo, a mídia parece ter enxergado uma oportunidade de transformar o caos em produto. Não é difícil perceber isso ao observar como os grandes casos renderam grandes reportagens, documentários e matérias especiais, com cortes instigantes, trilhas de suspense e narração dramática. Isso vale para produções ficcionais “baseadas em fatos reais”, em que apenas essa pequena frase já é suficiente para provocar uma inquietação maior no público. O enredo se torna ainda mais perturbador, mesmo que a semelhança com os fatos seja vaga.

Esse processo marca a transição do crime enquanto fato jornalístico para o crime enquanto entretenimento. Pode-se dizer que, a partir desse momento, surge o que hoje se entende como o gênero *True Crime*, um formato que mistura jornalismo, entretenimento e narrativa audiovisual.

A consolidação do gênero no Brasil é refletida pela grande repercussão de produções — desde os casos narrados em programas como *Linha Direta*, até os mais recentes como *O Caso Evandro*, do podcast *Projeto Humanos*; *A Mulher da Casa Abandonada*, do jornalista Chico Felitti; *A Menina que Matou os Pais* e *O Menino que Matou Meus Pais*, lançados

como filmes ficcionais; além do podcast *Modus Operandi*, que se mantém entre os mais ouvidos do país. Esses exemplos evidenciam como crimes reais passaram a ocupar o centro das narrativas midiáticas contemporâneas, sendo consumidos por milhões de pessoas em formatos que vão além da notícia e se aproximam do entretenimento.

O crescimento desse tipo de conteúdo também pode ser observado em dados recentes. Segundo uma pesquisa realizada pela Kantar IBOPE Media (2020), o formato de podcasts foi o segundo mais consumido no Brasil no ano de 2020. O Spotify, plataforma de streaming de áudio mais popular do mundo, mostrou um aumento de 56% no consumo de podcasts no Brasil em comparação com o ano anterior. A categoria que engloba notícias, política e True Crime está entre as três mais ouvidas. Produtores brasileiros também relataram esse aumento de audiência. O jornalista brasileiro, Ivan Mizanzuk, criador do podcast Projeto Humanos, afirmou que a temporada sobre o “Caso Evandro” alcançou mais de 4 milhões de downloads, se estabelecendo como uma das produções mais populares do gênero no país.

4. A espetacularização da violência

Com a consolidação do *True Crime* como um dos gêneros mais consumidos nas plataformas digitais, a forma de relatar crimes reais passou a seguir uma lógica muito próxima da indústria do entretenimento. Elementos como trilha sonora, cortes de suspense, ganchos narrativos e reconstituições são usados para prender a atenção do público, gerando engajamento emocional e consumo em série. A violência, nesse contexto, deixa de ser apenas um dado da realidade e passa a ser roteirizada, dramatizada e transformada em narrativa.

Esse processo é conhecido como espetacularização da violência: uma dinâmica em que eventos reais e traumáticos são convertidos em espetáculo. Guy Debord (1997), ao propor o conceito de "sociedade do espetáculo", aponta que vivemos um tempo em que a realidade é mediada por imagens e representações — e onde o valor simbólico de um acontecimento pode ser mais importante que o próprio fato. No *True Crime*, essa lógica se aplica quando o crime deixa de ser um problema social e passa a ser consumido como trama (Debord, 1997).

A busca por audiência e impacto visual pode fazer com que as produções simplifiquem questões complexas e silenciem elementos essenciais, como o contexto social dos envolvidos ou as consequências para vítimas e familiares. Além disso, existe um risco constante de reforçar estereótipos e promover empatia seletiva. Criminosos de classes mais altas tendem a ser tratados com mais humanidade, enquanto os de origem periférica ou negra, muitas vezes, aparecem apenas como suspeitos — ou sequer têm suas histórias contadas (Sodré, 2002).

Há ainda um padrão perceptível no que atrai a audiência: quanto mais sórdido e violento for o crime, maior tende a ser o engajamento. Casos que envolvem assassinatos em série, crueldade explícita ou vítimas em situações extremas despertam mais curiosidade do que crimes considerados “simples”. Em contrapartida, quanto menores os danos ou menos impactante a narrativa, menor costuma ser a repercussão. Uma pesquisa da *Vox* (2021), analisando os podcasts mais escutados do gênero nos Estados Unidos, mostrou que os episódios mais populares são justamente os que abordam crimes com alto grau de violência,

especialmente homicídios e sequestros. Isso revela uma tendência preocupante de banalização da violência e dessensibilização do público.

O problema não está apenas em como se conta a história, mas em porque e para quem ela está sendo contada. A espetacularização desloca o foco da compreensão para o consumo e pode afetar diretamente a forma como a sociedade entende o crime e a violência. Há também dilemas éticos importantes: até que ponto é legítimo transformar o sofrimento de pessoas reais em entretenimento? Onde termina a função informativa da comunicação e começa a exploração simbólica da dor?

Em muitos casos, a linha entre justiça e audiência se torna tênue. Episódios de crimes ainda em andamento são narrados como se estivessem resolvidos; vítimas são reencenadas; suspeitos são julgados pela edição. E o público, envolvido emocionalmente, assume o papel de investigador, juiz e espectador ao mesmo tempo.

Discutir a espetacularização no *True Crime* não é questionar o direito de se produzir conteúdo sobre crimes reais, mas refletir sobre os limites dessa produção. O gênero pode ter papel educativo, investigativo e até mobilizador, mas também precisa reconhecer sua responsabilidade na forma como a violência é representada, consumida e interpretada socialmente.

Percebe-se, portanto, que o consumo massivo de conteúdos *True Crime* não se dá apenas pelo interesse pela justiça ou em acompanhar desfechos de casos, mas envolve também a forma como o enredo é apresentado. A espetacularização transforma a violência em uma narrativa cativante — e quanto mais intensa, maior o alcance. Essa lógica evidencia o papel da mídia enquanto construtora dessas narrativas criminais, além de trazer à pauta questões sobre ética, estética e responsabilidade comunicacional. Essa discussão será aprofundada no próximo capítulo, com um estudo de caso do podcast *Modus Operandi*, um dos maiores exemplos do gênero no cenário brasileiro.

5. O Caso Modus Operandi

“O programa a seguir pode conter descrições de extrema violência e não é recomendado para pessoas sensíveis.” Essa frase pode ser ouvida mais de 260 vezes de forma gratuita nas plataformas digitais, e se tornou o slogan mais esperado por quem escuta assiduamente os episódios quinzenais do podcast Modus Operandi.

O podcast teve sua estreia em janeiro de 2020, tendo como hosts a publicitária, roteirista, escritora e podcaster Mabê Bonafê; a jornalista, cineasta, apresentadora e criadora de conteúdo Carol Moreira; e a comunicóloga, escritora, youtuber e especialista em criminologia Bel Rodrigues. A ideia inicial era narrar casos criminais com respeito, pontos de vista pessoais, além de tratar as vítimas com o devido cuidado — garantindo que seus nomes não fossem apagados por seus fins trágicos. O programa também se propõe a apresentar a vida dos criminosos desde a infância, não com o objetivo de justificar suas atitudes, mas de contextualizar o meio em que viviam e como esse ambiente pode ter interferido em suas ações futuras.

O programa apresenta um formato narrativo, com alternância entre as apresentadoras, que contam os casos e comentam os acontecimentos ao longo do episódio. A abordagem é fluida e intercalada com trilhas sonoras que ajudam a construir tensão, além de criar pausas estratégicas para dar respiro à sequência de eventos.

No início do podcast, além da presença das três apresentadoras (posteriormente reduzida à dupla Carol Moreira e Mabê Bonafê), havia dois episódios por semana, além de quadros especiais como o Caso Bizarro e o FAQ. Com o tempo, o programa passou a adotar um novo formato: um episódio semanal gratuito e outro exclusivo para assinantes. Atualmente, os episódios gratuitos são lançados quinzenalmente, enquanto os apoiadores do projeto têm acesso a conteúdo semanal.

Ao longo de seus cinco anos de existência, o Modus Operandi se consolidou como o maior podcast de True Crime do Brasil. Em 2021, acumulou mais de 14 milhões de plays nas plataformas de áudio. Dados divulgados no episódio número 198, “Retrospectiva 2023 e Modus Operandi Awards”, apontaram que, apenas no Spotify, quase meio milhão de

ouvintes colocaram o programa entre seus cinco podcasts mais ouvidos do ano. O Modus Operandi permaneceu no top podcasts do Brasil durante 43 das 52 semanas de 2023, teve ouvintes em 87 países e alcançou a marca de 2.500 apoiadores na plataforma Orelo.

A estrutura dos episódios segue um formato narrativo definido: apresentação do caso, desenvolvimento dos fatos em ordem cronológica, inserções de comentários pessoais e, sempre que o caso permitir, uma conclusão. Esse roteiro é marcado por pausas intencionais, trilhas de suspense e uma linguagem acessível, que mistura leveza e informalidade mesmo diante de temas extremamente delicados. Em alguns momentos, o humor sutil entre as apresentadoras funciona como válvula de escape, e embora torne o conteúdo mais leve para quem consome, também pode suavizar a gravidade da violência narrada. Ainda assim, o Modus demonstra preocupação com o respeito às vítimas, tanto nos avisos iniciais quanto na forma como se referem a elas, evitando a objetificação da dor em nome do espetáculo.

A recepção do público também ajuda a entender o impacto do programa. Os ouvintes não apenas acompanham os episódios, como também interagem ativamente nas redes sociais, compartilham teorias, sugerem casos e demonstram um envolvimento emocional com as histórias. Comentários como “eu fiquei abismada com esse caso, não conhecia...” ou “esse foi o primeiro episódio que me emocionou!” são comuns, principalmente nos episódios mais longos, violentos ou com tópicos mais sensíveis. A fidelidade do público é tanta que o podcast virou marca: há produtos com frases emblemáticas, turnês ao vivo e quadros fixos aguardados como parte da experiência. Os episódios que envolvem assassinatos em série, crimes com mistérios não resolvidos ou casos que tiveram grande repercussão na mídia são os que mais viralizaram, o que confirma a lógica de que quanto mais trágica e impactante for a história, maior tende a ser o engajamento.

Apesar do cuidado evidente das apresentadoras ao narrar os casos — principalmente no tom empático e nos avisos de gatilho no início dos episódios — é impossível ignorar a predominância de crimes extremamente violentos no catálogo do podcast. De um total de 262 episódios disponíveis gratuitamente, cerca de 142 abordam assassinatos, e ao menos 61 tratam de casos envolvendo serial killers ou múltiplos homicídios. Entre os títulos mais lembrados pelos ouvintes estão nomes como Ted Bundy, Ed Kemper, Suzane von

Richthofen, Maníaco do Parque e Chico Picadinho. Em contrapartida, episódios com crimes menos brutais — como fraudes, desaparecimentos ou golpes — costumam gerar menor repercussão. Comentários como “queremos mais histórias de serial killers” ou “não está como antes, cadê os assassinos em série?” reforçam o apelo popular por episódios mais violentos. Isso mostra que, mesmo com uma linha editorial cuidadosa, o podcast ainda responde a uma demanda de audiência que prioriza a intensidade e o choque, o que inevitavelmente levanta questionamentos éticos sobre o consumo desse tipo de conteúdo.

A partir da análise do *Modus Operandi*, é possível perceber como o gênero True Crime opera entre dois extremos: a tentativa de respeito e empatia de um lado, e a pressão pelo engajamento narrativo de outro. O sucesso do podcast, que se tornou uma das maiores referências do gênero no Brasil, está diretamente ligado à forma como transforma crimes reais em histórias envolventes, equilibrando informação, emoção e entretenimento. O fato de terem lançado também o livro *Modus Operandi: Guia de True Crime* demonstra o alcance e a consolidação da marca para além do áudio. Ao mesmo tempo, os números mostram que os episódios mais violentos são os mais ouvidos, o que evidencia que o consumo da violência continua sendo o principal motor do interesse popular.

Conforme analisado no artigo *Mídia, violência e alteridade*, a mídia tem papel ativo na consolidação de representações sociais da violência, que orientam o pensamento coletivo e influenciam práticas sociais. A repetição de certos formatos e a espetacularização de crimes contribuem para a construção de significados que reduzem a complexidade do real a narrativas simplificadas, muitas vezes focadas na figura do criminoso e não nas dinâmicas sociais que o cercam. O caso do *Modus Operandi* funciona, portanto, como um reflexo direto das contradições do gênero: ainda que se proponha a narrar com responsabilidade, o conteúdo não escapa das lógicas da espetacularização e do consumo, colocando em xeque até onde é possível humanizar sem entreter — ou entreter sem banalizar.

6. Entretenimento ou dessensibilização: o impacto do consumo recorrente de conteúdos violentos

Nos últimos anos, o consumo de conteúdos violentos, sobretudo os que envolvem crimes reais, ganhou um novo status dentro da indústria cultural. O que antes era pauta de noticiário passou a ocupar o espaço do entretenimento, embalado por narrativas envolventes, trilhas dramáticas e um apelo visual e sonoro cuidadosamente construído. Essa transformação, no entanto, levanta uma série de questionamentos sobre os efeitos subjetivos e sociais desse tipo de consumo, especialmente quando a violência se torna algo tão presente que passa a ser encarado com naturalidade.

Segundo autores como Walter Benjamin, ao perder sua “aura”, a imagem deixa de provocar o distanciamento reflexivo e passa a ser consumida como objeto de exposição (Benjamin, 1985; cf. Baudrillard, 1991). Essa lógica transforma até mesmo o sofrimento humano em produto estético e vendável, esvaziando sua potência crítica e aproximando o espectador de uma fruição passiva da dor do outro.

Além disso, a espetacularização da violência, como aponta o artigo *As vozes da violência*, reforça um tipo de recepção que alterna entre o assombro e o deleite mórbido, tornando a dor alheia um elemento de catarse coletiva. Nesse contexto, a brutalidade ganha status de espetáculo, e o público, muitas vezes, consome essas narrativas com a mesma leveza que assistiria a uma ficção de ação ou suspense.

Esse consumo recorrente de narrativas violentas também pode alterar a sensibilidade do público diante do sofrimento alheio. Em *Mídia, violência e alteridade*, Rosana Schwartz destaca que a exposição constante a imagens de violência pode gerar processos de dessensibilização, especialmente quando essa exposição ocorre de forma fragmentada e repetitiva (Schwartz, 2006). O crime deixa de ser percebido como evento social grave e passa a ser associado ao entretenimento, perdendo sua complexidade. Essa perda de profundidade pode afetar diretamente o modo como a sociedade enxerga o criminoso, a vítima e até a justiça — reforçando estereótipos, punindo seletivamente e ignorando contextos sociais mais amplos.

Essa lógica de dessensibilização também se reflete na forma como o público lida com os dados da violência cotidiana. A repetição de crimes e tragédias, muitas vezes expostas como mercadoria narrativa, pode gerar uma banalização dos acontecimentos. Como alerta Adorno, em contextos em que a barbárie é constantemente transmitida, corre-se o risco de que ela deixe de provocar indignação e passe a ser consumida como algo natural (Adorno, 1970). O Brasil, por sua vez, carrega uma cultura marcada por uma cordialidade aparente, como sugere Sérgio Buarque de Holanda, onde a violência pode se esconder sob formas de afeto e aparente proximidade. No universo do True Crime, esse risco é ainda maior, já que a narrativa é construída para ser envolvente, gerando empatia seletiva — geralmente voltada para casos mais complexos, visíveis ou com vítimas consideradas mais “relevantes”. Assim, conteúdos que deveriam instigar reflexão acabam, muitas vezes, sendo digeridos com a mesma passividade que um produto de entretenimento qualquer. A fronteira entre respeito e espetáculo, nesse cenário, torna-se cada vez mais difícil de definir — tanto para quem produz quanto para quem consome.

7. Ética e responsabilidade na comunicação de crimes reais

A transformação do crime em produto narrativo levanta questionamentos éticos fundamentais. Ao escolher contar a história de um assassinato com cortes sonoros tensos, trilha dramática e pausas estratégicas, o comunicador assume um papel que vai além do informativo: ele estrutura emoções, conduz interpretações e, muitas vezes, molda julgamentos. Isso não é isento de responsabilidade. Como destaca Michel Foucault, todo discurso é uma forma de poder — e, nesse caso, o poder de decidir o que merece ser lembrado, quem deve ser humanizado e como a violência será percebida pela sociedade (Foucault, 1975).

Essa responsabilidade se intensifica quando o conteúdo alcança grandes audiências. Em *As vozes da violência*, os autores alertam que a repetição narrativa de certos perfis de vítimas e criminosos reforça uma estrutura seletiva de como a violência é representada: enquanto algumas mortes chocam e ganham destaque, outras são silenciadas ou tratadas com frieza, como se tivessem menos valor simbólico. Essa assimetria de atenção expõe uma lógica de mercado que se sobrepõe à lógica da empatia. Quando o entretenimento depende do sofrimento, o cuidado com a narrativa se torna ainda mais crucial.

Muniz Sodré (2002) também contribui para esse debate ao propor o conceito de “pedagogia do olhar”. Segundo o autor, a mídia não apenas informa, mas ensina a ver — ela educa o público a perceber certos corpos e acontecimentos como mais importantes que outros, guiando afetos, julgamentos e, até mesmo, reações políticas e sociais (Sodré, 2002). Nesse sentido, a construção de narrativas sobre crimes reais não pode ser dissociada da responsabilidade ética de seus efeitos.

Stanley Cohen, ao tratar do conceito de pânico moral, afirma que a forma como certos crimes são narrados pode gerar reações sociais desproporcionais, especialmente quando envolvem um “inimigo comum” facilmente identificável — como o bandido, o assassino serial, o monstro (Cohen, 1972). A mídia, ao destacar certos casos com mais intensidade do que outros, acaba por construir uma hierarquia simbólica da violência: crimes chocantes se tornam mais “dignos” de consumo, enquanto os cotidianos, muitas vezes mais próximos da realidade brasileira, são esquecidos ou minimizados (Cohen, 1972).

Nesse contexto, cabe também uma reflexão sobre o papel da audiência. O público não é passivo — escolhe, compartilha, comenta, cobra. O sucesso de conteúdos violentos não ocorre apenas por decisão de quem os produz, mas também pela maneira como são recebidos. Como pontua Mídia, violência e alteridade, “o olhar do espectador também é um ato” (Schwartz, 2006). Portanto, o consumo irrefletido de narrativas violentas também carrega implicações éticas. A escolha do que ouvir, comentar ou indicar diz muito sobre as formas de empatia e de consciência que a sociedade valoriza.

Assim, refletir sobre a ética do True Crime não se limita a discutir o limite do conteúdo — mas também a responsabilidade de quem o consome e o transforma em tendência. O que se ouve, como se ouve e por que se ouve são questões que atravessam tanto os produtores quanto os ouvintes, especialmente quando o assunto é dor real e vidas que não são ficção.

8. Considerações finais

Ao longo deste trabalho, buscou-se compreender como o consumo de conteúdos do gênero True Crime influencia a percepção da violência e a forma como a sociedade discute crimes reais. A partir da análise do podcast *Modus Operandi* e do contexto em que esse tipo de conteúdo se insere, foi possível perceber que a violência, ao ser transformada em produto de mídia, não apenas informa ou sensibiliza, mas também entretém — e, por vezes, banaliza.

A construção narrativa desses crimes, muitas vezes embalada por recursos estéticos e roteiros envolventes, revela uma contradição central: ao mesmo tempo em que gera conscientização, humaniza vítimas e propõe debates, também responde a uma lógica de mercado que privilegia o que choca, o que prende, o que gera audiência. Essa dinâmica aproxima o espectador do crime como espetáculo e distancia-o da complexidade social que envolve a violência real.

A exposição recorrente a esse tipo de conteúdo pode provocar um esvaziamento do impacto simbólico da violência, fazendo com que o sofrimento alheio se torne apenas mais uma história interessante. Como foi discutido, isso interfere na forma como as pessoas percebem o crime, o criminoso e a vítima, além de moldar expectativas sobre justiça, punição e empatia. Em muitos casos, o consumo passa a ser mais emocional do que racional, mais movido pelo entretenimento do que pela reflexão.

Para Jesús Martín-Barbero, os meios de comunicação exercem um papel decisivo na construção simbólica da realidade, e não apenas a retratam, mas a atravessam por meio de mediações culturais (Martín-Barbero, 2001). Nesse sentido, as narrativas sobre crimes reais não apenas refletem o interesse do público, mas também moldam a forma como a violência é percebida, legitimada ou ignorada no tecido social.

Por fim, é importante reconhecer que o True Crime não é, em si, um problema — mas seu consumo irrefletido pode gerar distorções éticas e simbólicas. A responsabilidade recai tanto sobre quem produz quanto sobre quem consome. Cabe aos comunicadores refletirem

sobre os limites da narrativa e aos ouvintes, espectadores e leitores, questionarem o que estão consumindo, porquê consomem, e o que isso significa socialmente.

Referências

ADORNO, Theodor W. Educação após Auschwitz. In: _____. Educação e emancipação. São Paulo: Paz e Terra, 1995.

AS VOZES DA VIOLÊNCIA: mídia, representação e poder. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005.

BAUDRILLARD, Jean. Simulacros e simulação. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: _____. Magia e técnica, arte e política. São Paulo: Brasiliense, 1985. (Obras escolhidas, v. 1)

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

COHEN, Stanley. Folk devils and moral panics: the creation of the mods and rockers. Londres: MacGibbon and Kee, 1972.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FOUCAULT, Michel. Vigiar e punir: nascimento da prisão. Petrópolis: Vozes, 1975.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

MOREIRA, Carol; BONAFÉ, Mabê. Modus Operandi: Guia de True Crime. São Paulo: Paralela, 2022.

MODUS OPERANDI. Site oficial do podcast. Disponível em: <https://www.moduspodcast.com>. Acesso em: 3 jun. 2025.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. Relatório Mundial sobre Prevenção de Lesões e Violência. Genebra: OMS, 2022.

SCHWARTZ, Rosana. Mídia, violência e alteridade: a construção do outro como inimigo. In: SCHWARTZ, Rosana (org.). Mídia, violência e alteridade. São Paulo: EDUC, 2006.

SODRÉ, Muniz. Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear. Petrópolis: Vozes, 2002.

THOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.

UNESCO. As origens da violência. Disponível em: <https://www.unesco.org/pt/articles/origens-da-violencia>. Acesso em: 12 abr. 2025.

VEJA. *Apetite por true crime tem origens ancestrais, dizem autores*. 14 ago. 2023. Disponível em:

<https://veja.abril.com.br/comportamento/apetite-por-true-crime-tem-origens-ancestrais-dize-m-autores/>. Acesso em: 1 maio 2025.

VOX. True crime and our obsession with the gory details. 2021. Disponível em: <https://www.vox.com>. Acesso em: 5 jun. 2025.