

Notícias de crime e formação da opinião pública: O caso do referendo sobre o comércio de armas no Brasil

Paulo Vaz
Mauricio Lissovsky

Professores da Escola de Comunicação da UFRJ. Este texto resulta de pesquisas conduzidas no “Laboratório de Mídia e Medo do Crime”, coordenado pelos autores e financiado pela FAPERJ. Paulo Vaz agradece ainda ao CNPq, pelo apoio ao projeto “Mídia, Risco e Sofrimento”

Resumo:

O referendo sobre a proibição do comércio de armas no Brasil permite observar tendências e deslocamentos recentes na constituição do espaço público e na relação dos indivíduos com o Estado, particularmente quanto aos temas da segurança e da violência. Apoiado em uma pesquisa empírica sobre o *RJ TV* de 2004, este artigo analisa como as notícias de crime constituem a realidade fenomênica da segurança pública. No primeiro momento, confrontamos a retórica das campanhas com essa embocadura cotidiana da mídia. No segundo momento, através da elaboração dos conceitos de vítima virtual e de direito ao risco, refletimos criticamente sobre o sentido de responsabilidade individual e de liberdade em uma “democracia de riscos”.

Palavras-chaves: Referendo sobre o comércio de armas; mídia; crime; risco; vítima.

Abstract:

The gun control referendum in Brazil renders legible recent tendencies and shifts in the constitution of public space and in individuals' relations vis-à-vis the State, particularly when the themes of public safety and violence are featured in the public agenda. This article elaborates the findings of an empirical study of RJ TV – the main television local news program in the state of Rio de Janeiro – in the year 2004 with the intent of inquiring into how crime news constitute the phenomenic reality of public safety. In the first part of the article, we confront the rhetoric of the referendum campaigns with this “reality” constructed by the media on a daily basis. In the second portion of the article we elaborate the concepts of virtual victims and of “right to risk” in order to reflect critically about the meanings of individual responsibility and liberty in a “democracy of risks”.

Keywords: Referendum on gun control; media; crime; risk; victim.

Resumen:

El referéndum sobre la prohibición del comercio de armas en Brasil permite observar tendencias y desplazamientos recientes en la constitución del espacio público e en la relación de los individuos con el Estado, particularmente cuando se trata de los temas de la seguridad y de la violencia. Apoyando-se en una investigación empírica sobre el tele-noticiero local RJ-TV del 2004, este artículo analiza cómo las noticias de crimen constituyen la realidad fenoménica de la seguridad pública. En un primer momento, confrontamos la retórica de las campañas con este tratamiento corriente de los media. En el segundo momento, tras la elaboración de los conceptos de víctima virtual y de derecho al riesgo, reflexionamos de forma crítica sobre el sentido de responsabilidad individual y de libertad en una “democracia de riesgo”.

Palabras-clave: Referéndum sobre el comercio de armas – media – crimen – riesgo - víctima

O referendo sobre a proibição do comércio de armas no Brasil, em 2005, é um evento privilegiado para se analisar a relação entre meios de comunicação e formação da 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 maiorias (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 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 voto.^a 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 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 anteriores^b), 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 que nos permite observar certas tendências e deslocamentos recentes na constituição do espaço público e na relação dos indivíduos com o Estado, particularmente quando os temas da segurança e da violência estão em pauta.

O referendo e a mídia

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 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 as duas situações e procurou 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 seriam “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”.^c

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

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 São Paulo*) tenham se posicionado a favor da proibição do comércio de armas.^c 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 de que a realidade do crime, elaborada por estes mesmo veículos, era apenas uma, entre muitas, construções possíveis.

A construção do diagnóstico sobre a violência na mídia

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 é o diagnóstico da situação atual; outra é a determinação dos papéis que cabem ao Estado e aos cidadãos em face do problema. Nesse sentido, a análise das notícias de crime veiculadas pela imprensa é bastante reveladora. As tabelas abaixo apresentam os resultados de uma pesquisa por amostragem (seis semanas compostas) das notícias de crimes contra a pessoa ou a propriedade veiculadas no *RJ TV* de 2004, classificadas quanto à natureza dos atos criminosos, local de ocorrência 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 ocorrência 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. Das sete notícias de crimes em que o local de ocorrência era a residência, três casos referem-se a assaltos, um à “ordem de despejo” de uma moradora de favela promulgada por traficantes e outro a uma chacina que a polícia afirmou ser de responsabilidade do tráfico.

Na tabela que analisa a relação entre agressor e vítima nos crimes noticiados, o primeiro nível, “agressor conhecido, mas com relação de familiaridade”, compreende namorados, amantes, cônjuges, parentes ou

amigos da vítima; “conhecido, mas sem relação de familiaridade” designa um agressor que conhecia casualmente a vítima, sem vínculo afetivo forte, como colega de trabalho ou vizinho; o terceiro abrange agressores desconhecidos, mas cujo crime foi passionalmente motivado (brigas em bares ou boates, conflitos no trânsito etc.); finalmente, a última categoria reúne as notícias em que o agressor era desconhecido da vítima e o crime não teve motivação pessoal. Como se vê na tabela, se o atributo de existência de um fenômeno for sua veiculação pela mídia, não existem crimes tipicamente passionais no Rio de Janeiro, pois não houve nenhum caso onde o agressor era conhecido e tinha relação de familiaridade com a vítima. Inversamente, 75% dos crimes teriam sido cometidos por pessoas absolutamente estranhas.

Convém chamar a atenção para as três notícias referentes a situações onde o agressor era conhecido, mas sem relação de familiaridade com a vítima (que correspondem, de fato, a dois casos): em um deles, o agressor era um sócio do ex-trafficante 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, mesmo nestes dois casos não se abre a possibilidade de identificação entre agressor e espectador, tão característica das narrativas de crime que envolvem ciúme, vingança etc. 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: o espancamento 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 de 50% das reportagens mencionarem os termos “tráfico”, “traficantes” ou equivalentes, como “facção criminosa”. A nosso ver, o panorama desenhado pelos noticiários televisivos é 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 à violência. Consideramos para este fim toda e qualquer notícia de crime, independente de seu foco principal, referente à atuação do Estado neste campo: polícia, prisão e judiciário. Do total de 82 matérias, 52 (63%) continham algum tipo de crítica. Em termos de frequência diária, em apenas três dos 36 dias sorteados, deixou de haver reportagens que incluíssem alguma denúncia a respeito de 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 a oposição dos juízes à proposta da polícia de distribuir listas com os nomes de “baderneiros” contumazes às boates. 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 expõem uma polícia que não soluciona crimes, que nunca está onde deveria estar e que quase sempre chega tarde demais (e quando chega a tempo, ou os bandidos conseguem escapar, ou sua atuação expõe a população a riscos ainda maiores).

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 13/07/2004 mostrando que, após a morte de um gerente de banco, 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 característica do populismo penal^f, tipicamente conservador, a saber: se as leis fossem mais rigorosas, se a prisão contivesse os criminosos, e se houvesse mais polícia para intimidar os bandidos, não haveria tantos crimes na cidade do Rio de Janeiro. Uma porção 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 estas notícias como denúncias de 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. Pouco menos de 10% do total de críticas à ação do Estado referem-se a corrupção, má conduta ou abuso de poder por parte de policiais.

No cômputo geral, tomando o ano de 2004 como exemplo, foi de cerca de 80% 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. Pela reiteração cotidiana, pode-se supor que grande parte da audiência tenda a acolher esse diagnóstico, que correlaciona o poderio dos criminosos à ineficiência do Estado, como uma explicação razoável do quadro atual da segurança pública. Sobretudo porque as críticas não aparecem na forma de editoriais, mas por meio de comentários curtos, 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 decorre de 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.

O eleitor como vítima virtual

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, a fala restringe-se aos 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, contudo, 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 integra uma matéria sobre vítima de bala perdida). Invariavelmente, o testemunho da vítima virtual enfatiza o risco que se corre por simplesmente morar na cidade e os sacrifícios que somos obrigados a fazer. Sua presença no noticiário, em pé de igualdade com as vítimas reais, espelha uma 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 predominantemente por personagens ficcionais – foi o portador 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 ficcionais 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 empecilhos maiores para a credibilidade dos testemunhos de seus personagens ficcionais. 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 admiração do espectador por artistas e celebridades fosse transposta para a decisão sobre o referendo. Em relação aos dados estatísticos, sua estratégia foi contrapor os dados estatísticos ao que “todo mundo sabe”, isto é, àquilo que aparece nas páginas e telas dos meios de comunicação. Logo no primeiro programa noturno do NÃO (1/10/2005), convoca-se um “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:

“Esta pesquisa do SUS diz que 39.000 pessoas morrem por arma de fogo. Em primeiro lugar, é estranho (sic) 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 prescindiu de qualquer dado numérico; basta apoiar-se no que aparece na mídia. Um argumento idên-

tico foi usado no programa noturno de 4/10, 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: apoiar-se na credibilidade de indivíduos anônimos que, em virtude da função que exercem, lidam cotidianamente com a insegurança urbana e estão do nosso lado. Ao longo da campanha, aparecerão médicos e policiais (mesmo que a imagem da polícia como instituição fosse negativa, aparentemente a credibilidade de policiais comuns, anônimos, não tinha sido afetada) dizendo que nunca ou quase nunca tiveram que lidar com vítimas de crimes de proximidade. Eles “sabem” porque convivem diariamente com a “violência”. E o que eles sabem corrobora o que a audiência já sabe.

A experiência da violência urbana, tal como percebida pela vítima virtual, foi também modo de minar a credibilidade de artistas e celebridades. Em diversos programas, a campanha do NÃO propunha que os “mais ricos” não se sentem ameaçados pela violência urbana, pois dispõem de equipamentos sofisticados de proteção e segurança privada. Embora a audiência dos meios de comunicação tenha já visto ou lido que celebridades também são vítimas de assaltos à mão armada, a função retórica dessas notícias é propor que a “violência urbana” beira ao intolerável, na medida em que atinge aqueles que estão mais protegidos do que o público em geral. Enquanto, por um lado, o noticiário midiático legitima-se pela continuidade entre o senso comum e a realidade, por outro lado, o noticiário confirma a descontinuidade da experiência do espectador com a das autoridades e a de quem veicula mensagens que contrariam suas percepções. A derrocada dos artistas do SIM revela ainda que, ao menos no que diz respeito à segurança pública, a maioria não parece acreditar em ação desinteressada ou em “amigo da humanidade”.

Segundo 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 a respeito do “brasileiro” – alegre, cordial, esperançoso, mesmo nos momentos difíceis – refuta a tese do SIM a respeito da prevalência dos crimes de proximidade nas mortes por arma de fogo, acusando-a de “responsabilizar o cidadão de bem pela violência no nosso país” – o que, evidentemente, “já é demais”. O público, vítima virtual da criminalidade, já sofredor por ter que viver com medo, refugiado atrás de grades, é inocente; querer dizer que ele ainda pode matar é “culpar a vítima”.

A autoridade incontestável de quem sofre para descrever 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 surge na longa reportagem para definir o sentido e o valor da medida é uma senhora que mora nas proximidades da casa de custódia. Ela aparece revestida da iconicidade típica da representação do medo do público: uma sombra dotada de voz eletronicamente distorcida. Seus comentários não deixam margem para dúvidas:

“É gritaria de madrugada, eles (os presos) batem na chapa pedindo tudo o que têm 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”.

A vítima virtual e o 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 poderia ter ocorrido a qualquer um” e que “pode ocorrer novamente”.⁸ A análise 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 é ou não notícia deslocou-se dos “dramas da condição humana” para a “constituição

da audiência como vítima virtual” (VAZ et alli, 2005 e 2006). 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, apenas circunstâncias aleatórias o impediram”.

Sentir-se uma vítima virtual é parte constitutiva da experiência contemporânea: aprendemos que para evitar certas doenças futuras devemos abdicar de alimentos gordurosos ou do prazer de fumar, por exemplo. Nesses casos, porém, a abstenção é acompanhada da satisfação psicológica de saber cuidar de si. As restrições seriam percebidas como voluntárias. Contudo, os constrangimentos que impomos às nossas práticas de prazer tendo em vista o “clima de insegurança” não nos parecem ser decisões voluntárias. 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 minha família”. A indignação da vítima virtual corresponde à frustração das expectativas de consumo e prazer numa sociedade predominantemente “individualista” e “hedonista”.

Numa cultura em que a administração do presente e o cuidado de si encontram-se sobre-determinados por conseqüências futuras, o risco se torna o paradigma a partir do qual são predominantemente pensadas noções fundamentais da vida pública, tais como a de liberdade e responsabilidade. Ainda que não formalizado juridicamente, o crescente papel desempenhado pela noção de risco nos processos contemporâneos de subjetivação sinaliza para emergência de uma nova figura do direito: 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”. Sua contrapartida positiva é: “as pessoas podem expor-se aos riscos que voluntariamente estão dispostos a correr”.^h De modo mais genérico, o direito ao risco provê a armadura racional para essa cultura em que há a aceitação generalizada do princípio do não-dano (*no harm*), de John Stuart Mill: ninguém tem o direito de interferir em nossas buscas individuais de prazer, a não ser que causem dano ao outro (TAYLOR, 2007). Armadura racional porque provê e prevê, de modo mais ou menos calculado, as conseqüências dos comportamentos e práticas de prazer dos indivíduos, delimitando assim as relações de cada um consigo mesmo e com os outros.

As noções de responsabilidade e liberdade numa cultura de risco são indissociáveis do conceito de decisão. Que, nesse sentido, opõe-se ao conceito de acaso e distancia-se da idéia de perigo (LUHMANN, 1993, p. 16). O conceito de risco apóia-se imediatamente no poder da ação humana: o sofrimento futuro depende de uma decisão tomada no presente. Dessa relação entre decisão e sofrimento decorre a crença de que todo e qualquer dano existente poderia ser evitado caso não tivesse havido a preferência pela opção que gerou ou facilitou sua existência. Neste sentido, os direitos que decorrem do risco vão minando por dentro ressalvas tradicionais dos contratos, tais como “força maior”, por exemplo.

O conceito de risco orienta práticas de cálculo do futuro por peritos: engenheiros calculam condições de uso de equipamentos tecnologicamente sofisticados, economistas avaliam cenários econômicos, epidemiologistas pesquisam o nexos entre estilo de vida e doenças, agentes do Estado constroem perfis que determinam a vigilância de certos indivíduos ou ampliam penas de determinados 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 sucedeu. 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: assim como aqueles que estão segurados passam a arriscar-se mais no trânsito – e percebem na sua atitude um exercício de liberdade –, beneficiários de programas assistenciais dedicam-se menos a procurar emprego e estudar, terminando por “viciar-se” na seguridade social.

A contrapartida dessa crescente transferência de encargos 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 atestam os rótulos em cigarros, bebidas e comidas – mas cabe a ele decidir os riscos que está disposto a correr: os indivíduos devem ser informados, por exemplo, que o colesterol alto é fator de risco para doenças cardiovasculares; contudo, cabe a ele decidir se e quando comerá carne vermelha e queijos.

No paradigma do risco, as responsabilidades individuais em relação aos outros prescindem da mediação da política como forma da ação coletiva, como peças publicitárias institucionais sobre segurança pública têm tornado evidente: nos Estados Unidos, um consumidor de drogas em boates é alertado por um amigo de que seu dinheiro financiava a Al-Qaeda; no Brasil, peça publicitária similar mostra que o uso de drogas pode ter como consequência a morte de um próximo. Nesses dois filmes publicitários, o consumo de drogas, em si mesmo, não é negativo; o problema é a sua consequência para os outros.

Na mesma medida em que informa as noções de liberdade e responsabilidade individuais, o paradigma do risco também define as atribuições das instâncias coletivas. Como o “direito ao risco” supõe não ser exposto a riscos em virtude da ação de terceiros, o Estado é ordinariamente convocado como aquele que poderia ter evitado que outros nos colocassem em

risco. A descontinuidade entre vítimas e algozes, no âmbito do discurso sobre segurança, faz com que o lugar do outro seja ocupado prioritariamente pelas figuras ameaçadoras dos “bandidos” e “terroristas”. Desse modo, qualquer sofrimento que venha a ser infligido 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 imaginar-se 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. No primeiro, era proposto ao espectador 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 preocupados com sua segurança, mas que não possuem arma, nos *spots* do SIM, a proposta é a de que cada um 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 tendo em vista não apenas seu interesse imediato, 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 na campanha do SIM é a condenação do indivíduo que procura soluções privadas para o problema da segurança: alguns *spots* argumentarão que possuir uma arma é atitude 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. Do ponto de vista do “direito ao risco”, a campanha do SIM contrariava três princípios: a obrigação de conter riscos induzidos por terceiros é do Estado e não dos indivíduos; o direito de escolher os riscos que cada um corre pessoalmente é uma prerrogativa inalienável dos indivíduos e ninguém tem nada com isso (entre estes, inclui-se o de possuir uma arma para se defender); e, finalmente, o dogma de que vítimas e algozes não podem ser encarnados no mesmo personagem.

Estes princípios foram rigorosamente seguidos pela propaganda do NÃO. Ao adotar como slogan maior a frase “desarmar o cidadão não é a solução”, a campanha desde o início frisava que o desarmamento não era uma política pública, mas algo que diz respeito à esfera privada das decisões individuais. Primeiro, propõe que o espectador considere como sua decisão contrária às armas pode colocá-lo em risco: pode ser que um dia precise e, pior, vai torná-lo mais vulnerável, pois os “bandidos” não terão incerteza alguma quando às possibilidades de defesa dos indivíduos diante de seu intento criminoso. Deveria considerar ainda que a transposição de uma prerrogativa individual para a esfera pública colocaria outros em risco, tais como sitiantes, frentistas e ex-policiais, afetando particularmente os “mais pobres”, que não terão mais como se defender. Em face da ameaça dos “bandidos”, evitar o sofrimento do outro, mesmo que através do voto, não tem a forma da ação política, mas de uma decisão em uma situação de exceção.¹

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 combate 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 de 10/10 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 quando sonega, supõe-se inocente, pois, como repete a mídia: “a carga tributária é alta demais”.

O direito ao risco emerge hoje, cada vez mais claramente, dos contornos assumidos pelas representações de sofrimento no espaço público. Mesmo diante de um furacão, 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 pública 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 (cujo atributo fundamental é o de ter sido causado), 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. Na medida em que o sofrimento da vítima real foi oferecido como sacrifício, a vítima virtual está obrigada a oferecer, em contrapartida, sua indignação.

A democracia de riscos como novo paradigma político

Embora enfatizasse os riscos das armas de fogo e as caracterizasse como fator de insegurança, a propaganda do SIM exigia, 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 e o caráter excepcional dos dias atuais, acabando por exacerbar a incerteza do eleitor a respeito do voto. Muito provavelmente, à medida que o eleitor assumia a natureza decisória do referendo, mais se aproximava da condição de vítima virtual.

Um dos motes mais utilizados na campanha do NÃO foi: “agora estão a meter-se com um direito seu. Com qual vão querer meter-se depois”. Houve quem assinalasse aí a inédita aparição dos “direitos individuais” na cena política brasileira. Nossa hipótese é que podemos ter testemunhado no laboratório proporcionado pelo referendo de 2005 os movimentos sub-reptícios deste novo direito que o indivíduo contemporâneo internalizou tacitamente e que poderá estar disposto a defender com crescente rigor: o direito ao risco. Na medida em que as democracias de massa incorporam a exceção como regra, tal como previra Walter Benjamin em uma de suas teses sobre a história, elas não apenas distanciam-se das representações da política clássica, mas constituem-se como “democracias de riscos”.

No paradigma epidemiológico que orientou os defensores do SIM e que serviu de modelo para suas campanhas, ainda que igualmente baseado na contenção dos fatores de risco, não há lugar para o direito ao risco como tal. 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, o direito de apenas expor-se aos riscos que cada indivíduo voluntariamente escolhe – desenha um horizonte utópico baseado no acesso irrestrito e seguro a mercadorias cujo consumo proporcionará a satisfação plena de seus desejos. E na medida em que essa utopia não se realiza, o direito ao risco constitui-se como o último refúgio de sua liberdade – agora confinada à vida privada e às escolhas quanto ao que pode ou deve consumir. Na nascente “democracia de riscos”, o Estado é tão forte quanto distante, e sua obrigação fundamental, assim como a da política, é proteger – por todos os meios que julgar necessários – os indivíduos das ameaças de terceiros que nos colocam em risco. E na medida em que o Estado revela-se igualmente incapaz de realizar completamente a sua missão, a esfera pública deve necessariamente deixar de ser um território que as escolhas e ações individuais e coletivas alargam, mas esta outra, que as decisões soberanas estreitam e constroem.

Bibliografia

AGAMBEN, Giorgio. *State of Exception*. Chicago: University of Chicago Press, 2005.

CHEVIGNY, Paul. The populism of fear: politics of crime in the Americas. *Punishment & Society*, 5, 1, pp. 77-96, 2003.

COMAROFF, Jean e COMAROFF, John. Figuring Crime: quantifacts and the production of the un/real. *Public Culture*, 18, 2006.

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

DOUGLAS, Mary. *Risk and Blame*. Londres: Routledge, 1992.

GARLAND, David. *The culture of control*. Chicago: University of Chicago Press, 2001.

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

LUHMANN, Niklas. *Risk: a sociological theory*. New York: A. de Gruyter, 1993.

PRATT, John. Penal Populism in New Zealand. *Punishment & Society*, 7, 3, pp. 303-322, 2005.

ROSEMBERG, T. 'Si Sangra, encabeza las noticias'; los custos del sensacionalismo. In: PORTILLO VARGAS, E.; KLAHR, M. *Violencia y medios; seguridad pública, noticias y construcción del miedo*. México (DF): Insyde; CIDE, 13-192004.

SIMON, Jonathan. *Governing through crime*. Oxford: Oxford University Press, 2007.

TAYLOR, Charles. *A Secular Age*. Harvard: Harvard University Press, 2007.

VAZ, Paulo; SÁ-CARVALHO, Carolina; POMBO, Mariana. A vítima virtual e sua alteridade: a imagem do criminoso no noticiário de crime. *Revista FAMECOS*, v. 30, pp. 71-80, 2006.

VAZ, Paulo; SÁ-CARVALHO, Carolina; POMBO, Mariana. Risco e sofrimento evitável: a imagem da polícia no noticiário de crimes. *E-Compós*, v. 4, pp. 1-22, 2005.

Notas

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.

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 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.

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 Bandeirantes* 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.

6 Os termos “populismo penal” e “populismo do medo” são crescentemente utilizados por criminologistas para fazer referência a um conjunto de práticas cada vez mais comuns no campo da segurança pública em diversos países do mundo que dão sentido ao medo do público através de uma retórica de dureza e rigor no combate ao crime. Como é próprio do populismo no sentido mais largo do termo, essa retórica é anti-sistema (o Estado ou os políticos no poder são frequentemente denunciados por sua incompetência e aliança com os criminosos) e aposta em soluções simples, que subestimam a complexidade dos problemas e as condicionantes estruturais, como, por exemplo, a de que bastaria prender indefinidamente ou exterminar os bandidos para que o crime desaparecesse. Ver, entre outros, Chevigny (2003) e Pratt (2006).

7 Tina Rosemberg assinala que no Canadá, onde 83% dos homicídios são cometidos por familiares ou conhecidos, quase todas as notícias da televisão referem-se a crimes de rua (ROSEMBERG, 2004).

8 A progressiva tolerância em relação ao consumo de drogas, a desguetificação do sadomasoquismo e a sedução midiática dos esportes ditos “radicais” são exemplos evidentes do processo gradativo de normalização deste direito.

9 Os vínculos entre as noções de decisão, exceção e anomia social tem sido objeto de reflexão de Giorgio Agamben (2005). Do ponto de vista deste artigo, convém assinalar que os votos do NÃO combinaram duas atitudes distintas e, no entanto, complementares entre aqueles que não possuíam armas nem pretendiam comprá-las, ambas motivadas pela “sensação de insegurança” que caracteriza os tempos atuais como excepcionalmente violentos: a de que não tinham o direito de interferir na decisão de terceiros de comprar armas e a de que a decisão da proibição deveria ser do Estado e dos políticos (ao submeter tal decisão aos eleitores, estariam mais uma vez dando mostras de fugir às suas responsabilidades).