

A mercantilização da violência na mídia: reflexões sobre a produção e consumo de narrativas criminais jornalísticas na sociedade contemporânea com base em Byung-Chul Han¹

João Pedro Felix Ortiz CAMARGO²
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

Resumo: Este artigo explora a mercantilização da violência na mídia contemporânea, com foco no jornalismo e nas narrativas criminais. Partindo de autores como Traquina, Angrimani e Sodré, a violência na mídia é posta sob as teorias de Byung-Chul Han. A proposta então é investigar como a linguagem se enquadra nesse viés e quais os limites espetacularização da violência, e se de fato, contribuem para sua comercialização, especialmente no ambiente digital. Analisando o interesse público por conteúdos violentos, assim como a violência enquanto fenômeno cultural e social, a aplicação do entendimento das jornalísticas na percepção da violência pelo público e da sobrecarga de informações no digital é trabalhada. Em conclusão, a exposição e mercantilização da violência requerem uma abordagem cuidadosa para compreender seus impactos culturais e sociais

Palavras-chave: violência; narrativas; mídia; jornalismo; mercantilização

Introdução

Partindo da compreensão teórica sobre o interesse do público por conteúdos violentos, conforme pesquisado por Angrimani (1995) e Sodré (2002), aliados à compreensão do gênero jornalístico no Brasil, é possível ponderar sobre as peculiaridades destes. Dessa forma, em conjunto com estudos que abordam a da violência como um agente social e como parte da cultura de uma sociedade, a proposta da pesquisa é de estimular o debate sobre qual o papel da violência na sociedade contemporânea, e se, de fato, é possível notar uma “violência à venda” na mídia, e em especial, no jornalismo

O entendimento sobre como a narrativa jornalística chega até o receptor, pode suscitar novas considerações sobre o papel da violência e do hediondo, tendo como categoria específica da mesma na criminologia, em uma ótica contemporânea. Para tal, o filósofo sul-coreano, Byung-Chul Han, será usado como alicerce para a composição dos argumentos aqui suturados. Uma articulação entre âmbitos convergentes das ciências sociais e humanas, em períodos temporais divergentes, resulta então, em deliberações críticas sobre o tema.

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (PPGCOM/UFG), email: joaopedrofelix@discente.ufg.br

Essa relação mútua entre a violência e a comunicação se dá pela alteridade do conceito, que se desdobra em diversas interpretações e aplicações sociais, mas, como afirma Han (2017, p.7), “há coisas que não desaparecem; dentre elas está a violência”. Entretanto, nunca foi possível presenciar, de forma tão crua, a sua presença como produto cultural e comercial, exemplificando de forma direta, a produção de séries, filmes e podcasts do gênero *true crime*³ e pelo fenômeno da *murderabilia*⁴.

Assim, a pesquisa consistiu no uso da análise bibliográfica, se orientando a partir de conceitos concisos sobre a violência, o crime e o jornalismo. Segundo Lakatos e Marconi (2003, p. 183), “a pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras”, em aliança com as considerações aqui feitas. O objetivo é tentar compreender a estrutura e as ferramentas narrativas das quais o jornalismo se apropria. A aplicação da análise desta metodologia buscará compreender a intersecção entre as identidades apresentadas com o espaço simbólico de consumo.

A violência acompanha, e, certamente, acompanhará a natureza do ser humano, porém, isso não deve implicar no domínio da mesma. A união do fenômeno com o termo “mercantilização” não se dá por motivos vagos, e sim, com a proposição de que, assim como existimos em um sistema capitalista de trocas, a violência não pode se eximir de participar do mercado de ações simbólico em que a sociedade digital vive hoje. Como participante de um sistema capitalista de trocas, a violência também se insere no mercado de ações simbólicas que molda a sociedade digital contemporânea.

Ao aprofundar-se nas complexidades da relação entre mercantilização da violência e jornalismo contemporâneo, esta pesquisa almeja ampliar a compreensão dos impactos dessas narrativas no imaginário coletivo e na tessitura da cultura atual. O intento é lançar conjecturas sobre tais aspectos, promovendo uma análise reflexiva profunda. Em última instância, esta pesquisa tem por finalidade suscitar reflexões substanciais e contribuir para uma compreensão abrangente desse fenômeno interligado. Propor considerações sobre tais pontos é, portanto, o objetivo desta pesquisa.

Violência como protagonista

³ Definido pelo Oxford Advanced Learner's Dictionary como “um gênero de livro, filme, etc. que examina ou conta a trajetória de um crime real” (tradução nossa).

⁴ Segundo o Collins English Dictionary, *murderabilia* refere-se a “objetos considerados valiosos por sua conexão com assassinos e outros crimes populares” (tradução nossa).

A violência não é compreendida somente no brutal, hediondo e sangrento. Essa, porém, é a pintura do que se entende sobre o tema, sob a influência de narrativas religiosas, desde o cristianismo ao politeísmo grego, conforme Girard (2018) fala sobre a presença da violência nos ritos religiosos ancestrais, Han (2017, p. 18) complementa ao descrever a mitologia grega como “repleta de sangue e de corpos mutilados”.

Dessa forma, considerando o tratamento sobre a morte e suas representações, Han (2007, p. 19) diz que “toda e qualquer morte é violenta. Não existe coisa de morte natural nem sequer de violência da natureza.”. Em consonância, Nelson Traquina (2008, p.79), também considera que “onde há morte, há jornalistas”. A soma teórica de ambos os pressupostos, nos resulta na seguinte consideração de que, a presença do jornalismo, e seu interesse na cobertura dessas pautas, surgem linearmente, de forma embrionária. Nessa progressão, temporal e cultural de ambos os objetos aqui discutidos, a mudança ocorre notoriamente no que tange materiais físicos.

Isso pode ser articulado conforme as proposições de Angrimani (1995, p.54), que diz que “[a morte] interessa a todos, igualitariamente, independente do nível cultural ou econômico de cada pessoa”. Ao fim, o resultado para a sociedade que recebe essa cobertura minuciosa e narrativa de criminosos, são produtos espetacularizados, conforme proposição de Baudrillard (1976), obtendo destaque no imaginário popular e maior potencial de consumo, seja ela material, seja ele simbólico. .

O simbólico e a produção e troca de informações é abordada por Thompson (2002), as sociedades produzem e trocam informações e conteúdos simbólicos. Dessa forma, essa comunicação e transmissão de relatos violentos, que saciam a estética do grotesco⁵, são carregadas de simbolismos e fragmentos culturais e identitários. Michaud (1996, p.136) afirma que “as cenas de violência são um sintoma da ‘nervosidade’ da sociedade”.

Portanto, é possível perceber a evolução do jornalismo no impresso, rádio, televisão, digital e demais desdobramentos do que se chama hoje de “fazer jornalismo”. Abordar algo complexo como a violência, porém, proporciona considerações pontuais e sob óticas específicas.

⁵ Na obra “O império do grotesco”, de Sodré e Paiva, os autores articulam que o conceito foi definido etimologicamente no fim do século dezessete pelo Richelet, dentre outras adjetivações, como “aquilo que tem algo de agradavelmente ridículo”, “ação grotesca”, e pelo Dicionário da Academia Francesa, no mesmo período, como “ridículo, bizarro, extravagante.” (SODRÉ; PAIVA, 2002, p. 30). Também é dito na mesma edição (2002, p.60) que “o grotesco é quase sempre o resultado de um conflito entre cultura e corporalidade.”.

Tratar sobre o protagonismo da violência é tratar de diversas apropriações e recolocações, cada uma a par de seu momento político e social. Arendt (1994) aborda também diversas formas de expressão da violência, assim como diversos outros pensados ao longo dos anos. Esse pensamento sobre a violência é, de certa forma, sintetizado por Han (2017, p.7) quando diz que “ela é protéica”.

Entendendo então essa adaptabilidade da violência, propor a sua estetização para a mercantilização não tange somente a tentativa de tornar o sangrento e o brutal objetos de consumo, mas sim, da consideração de potencializar seus autores e narrativas construídas em torno dos mesmos. A representação da memória do hediondo, em si, é uma forma de expressar a violência, e sua mercantilização congruente pela indústria cultural.

Um exemplo teórico, mencionado por Han (2017, p.7) aborda a violência da linguagem como um elemento contribuinte no processo de estetização. Essa consideração parte do entendimento de que, a linguagem utilizada nas narrativas jornalísticas ressalta aspectos sensacionalistas e melodramáticos, contribuindo para a criação de uma identidade criminal que possa ser mercantilizada, reinventada e narrada de diversos ângulos, atraindo assim, a atenção do público em uma esfera imaginativa.

Produção de narrativas jornalísticas criminais

Tratar sobre a violência na mídia remete, muitas das vezes, ao jornalismo de cobertura policial, o jornalismo de massa, ou como melhor posicionado por Amaral (2018), o jornalismo popular. A construção dessas narrativas criminais, que beiram a especulação e sensacionalismo, podem propiciar na mente do público uma oscilação entre ficção e realidade, de forma que “é cada vez mais difícil separar o imaginário do real ou o verdadeiro do falso” (SODRÉ, 2009, p.45).

Thompson (2002, p. 182) também reflete sobre o choque entre imaginário e real, ao ponderar que “o desenvolvimento da mídia aumentou a capacidade dos indivíduos experimentarem, através da quase-interação mediada, fenômenos que dificilmente poderiam encontrar na rotina ordinária de suas vidas.”. Em consonância, Michaud costura essa relação ao trabalhar a violência com sua afinidade em ser divulgada, vista, de forma histriônica.

O fato de a violência se apresentar como uma crise em relação ao estado normal cria, por princípio, uma afinidade entre ela e a mídia. Como podemos constatar, num dia calmamente banal fica difícil fazer um jornal ou um noticiário de TV para anunciar que não aconteceu nada [...]. A violência, com a carga de ruptura que ela

veicula, é por princípio um alimento privilegiado para a mídia, com vantagem para as violências espetaculares, sangrentas ou atrozes sobre as violências comuns, banais e instaladas. (MICHAUD, 1989, p.49)

Assim, Sodré (2012, p. 204) diz que “o ato de narrar constrói-se numa linha temporal que avança na direção do futuro, à maneira de uma flecha do tempo”. Considerando os fatores de noticiabilidade segundo Amaral (2018), as notícias, sejam importantes (hards) ou leves (softs), são potenciais narrativas sobre a realidade, e utilizam-se de fatores culturais para contar histórias. A forma como a notícia relata o fato varia de acordo com o público-alvo do veículo de comunicação.

Como pontua Motta (2005), “ao estabelecer sequências de continuidade (ou descontinuidade), as narrativas integram ações no passado, presente e futuro, dotando-as de sequenciação”. Portanto, ao considerar a análise narrativa, deve-se abordar não somente a concepção gramatical, mas observar o sentido cronológico, social e geográfico em meio aos demais indicadores.

No jornalismo as personagens costumam ser fortemente individualizadas e transformar-se no eixo das histórias. Os designantes das personagens, tais como nomes, identificadores e co-referências devem ser particularmente observados. Porém, é importante lembrar que mesmo na narrativa realista do jornalismo as personagens são figuras de papel, ainda que tenham correspondentes na realidade histórica. Lembrar que estamos analisando uma narrativa jornalística, como as notícias constroem personagens, conflitos, combates, heróis, vilões, mocinhos, bandidos, punições, recompensas. Não estamos fazendo uma análise da realidade histórica em si mesma.. (MOTTA, 2005, p. 7)

Entretanto, como argumenta Carvalho et al. (2012), não se pode acusar a mídia como única e total responsável pelo estímulo, promoção ou incentivo das variadas formas de violência. O pensamento nesta problematização deve ser, então, acerca do entendimento da construção dessas narrativas e seus impactos na sociedade. É provável que o jornalismo comercial e de massa se molde por meio da banalização ao explorar atos violentos como produtos de entretenimento.

Audiência, consumo e efeitos

Han (2015, p.7), em sua diz que “cada época possuiu suas enfermidades fundamentais”. Essa classificação se baseia na consideração de épocas bacteriológicas e imunológicas, diferenciando o início do século XXI não como um ou outro, mas sim, como uma época neuronal. Onde diz que:

Doenças neuronais como a depressão, transtorno de déficit de atenção com síndrome de hiperatividade (TDAH), Transtorno de personalidade limítrofe (TPL) ou a Síndrome de Burnout (SB) determinam a paisagem patológica do começo do século XXI. Não são infecções, mas enfartos, provocados não pela negatividade de algo imunologicamente diverso, mas pelo excesso de positividade. Assim, eles escapam a qualquer técnica imunológica, que tem a função de afastar a negatividade daquilo que é estranho. (HAN, 2015, p.7)

Assim, o autor trabalha fortemente em suas obras o conceito filosófico da positividade, esta que, atualmente se encontra exacerbada, gerando uma sobrecarga de informações que resulta em uma fadiga informacional e na violência da linguagem. O autor diz que “A comunicação é um ato de criar uma comunidade. Contudo, a partir de um determinado ponto, ela não é mais comunicativa, mas apenas cumulativa.” (Han, 2017, p.57).

Nesse sentido de cumulatividade, é importante pontuar que a escolha do termo “fadiga” parte do próprio autor da presente pesquisa, por se alinhar mais apropriadamente com as considerações de Byung-Chul Han. Porém, o termo também pode ser descrito como sobrecarga e obesidade informacional.

[...] a sobrecarga informacional é um termo usado para representar um estado de emoções onde a eficiência de um indivíduo em usar a informação no seu trabalho é um obstáculo devido a quantidade de informação relevante, e potencialmente útil, disponível para ele. Assim, o sentimento de sobrecarga informacional é usualmente associado a perda de controle sobre a situação de busca e uso de informação. (Araujo; Costa, 2021, p.61)

Portanto, com as considerações acima, usamos a proposta de fadiga informacional para representar um estado de comunicação onde a eficiência e a positividade estão presentes na sociedade contemporânea no cotidiano de um indivíduo. Onde o mesmo se vê isolado e forçado ao consumo e à adequação da transparência da sociedade, proveniente da quantidade de informação “relevante”, e “potencialmente útil”. Assim, o sentimento de fadiga informacional pode ser associada a violência neural e a violência da linguagem, propostas por Han.

Considerando o objeto central do estudo, essa constante exposição a conteúdos violentos na mídia leva a uma exaustão cognitiva, desgastando a capacidade de absorver novas informações. Isso leva ao fim, à fadiga informacional, sendo uma condição que se manifesta quando os indivíduos são bombardeados por um volume excessivo de informações, prejudicando a capacidade de absorver e processar novos dados, especialmente no contexto do digital.

A mídia digital é uma mídia da presença. A sua temporalidade é o presente imediato. A comunicação digital se caracteriza pelo fato de que informações são produzidas, enviadas e recebidas sem mediação por meio de mediadores. [...] Mediação e representação são interpretadas como não transparência e ineficiência, como congestionamento de tempo e de informação. (Han, 2018, p.20)

Com isso, podemos entender como o espaço digital da mídia desempenha um papel relevante na geração de uma fadiga informacional, especialmente no que tange à violência presente em seus conteúdos. A exposição constante a imagens e narrativas violentas gera uma exaustão cognitiva, desgastando a capacidade de filtrar informações relevantes, isso provoca a chamada spamização da linguagem, conceito trabalhado por Han (2017).

A mídia digital é uma mídia da presença. A sua temporalidade é o presente imediato. A comunicação digital se caracteriza pelo fato de que informações são produzidas, enviadas e recebidas sem mediação por meio de mediadores. [...] Mediação e representação são interpretadas como não transparência e ineficiência, como congestionamento de tempo e de informação. (Han, 2018, p.20)

Não obstante, para que exista uma fadiga, uma sobrecarga informacional, deve existir uma fonte produtiva para tais informações. Han (2018, p.20) diz que “Hoje não somos mais destinatários e consumidores passivos de informação, mas sim remetentes e produtores ativos.”. Portanto, a sociedade contemporânea se vê em um ciclo onde, além do suposto enquadramento e agendamento por parte da mídia tradicional e do jornalismo popular\de massa, o indivíduo se tornou parte desse ciclo vicioso, sendo produtor, consumidor, e novamente, produtor — gerando assim, um ciclo de violência à sua própria alteridade.

Byung-Chul Han (2017) discute como diz que “A violência macrofísica ⁶pode adotar ainda uma forma mais sutil e vir expressa, por exemplo, como violência da linguagem”. Nesse sentido, a forma como a mídia utiliza a linguagem para apresentar notícias e informações pode ter um impacto significativo na percepção e compreensão do público.

Além disso, a violência da linguagem também é agravada na comunicação digital, marcada pelo dinamismo, levando a superprodução de conteúdos pouco revisados ou observados de forma crítica. A falta de tempo provocada pela dinâmica do digital não permite a reflexão e análise do conteúdo que se consome, contribuindo assim para a disseminação de discursos agressivos e que envolvam a violência, seja ela simbólica, visual, de

⁶ Han aborda o aspecto macrofísico ao tratar que “A topologia da violência volta-se de imediato àquelas manifestações microfísicas da violência que aparecem na forma de negatividade, i.e, que se desdobram em relações de tensão bipolares: ego e alter, dentro e fora, amigo e inimigo. Em geral, essas manifestações se apresentam de forma expressiva, explosiva, massiva e marcial.” (2017, p.7).

compartilhamento de fatos violentos, da espetacularização da morte e afins, ampliando ao fim, o cansaço mental e emocional.

Essa perspectiva é relevante para entendermos a influência dos meios de comunicação na sociedade. O modo como a violência é retratada na mídia pode afetar diretamente a percepção do público sobre o mundo ao seu redor. Para uma melhor compreensão das perspectivas da exposição à violência na mídia, é essencial levar em conta a teoria do agendamento.

Uma das questões fundamentais para a comunicação é entender como a violência se manifesta através da linguagem na mídia. Byung-Chul Han (2017) destaca que a violência pode ser expressa de forma mais sutil por meio das palavras utilizadas nas comunicações midiáticas. Essa violência da linguagem pode ser articulada ao sensacionalismo e pela espetacularização da morte e do hediondo, conforme trabalha Amaral (2018), ao dizer que:

O sensacionalismo ficou muito relacionado ao jornalismo que privilegiava a superexposição da violência por intermédio da cobertura policial e da publicação de fotos chocantes, de distorções, de mentiras e da utilização de uma linguagem composta por palavras chulas, gírias e palavrões. (Amaral, 2018, p, 23-24)

Ao adotar essa abordagem, a mídia pode distorcer a realidade e moldar a percepção do público sobre questões importantes, levando-o a aceitar a violência como parte comum da vida cotidiana. Essa violência na mídia não se limita apenas aos noticiários sensacionalistas. Ela também pode ser encontrada em programas de entretenimento, filmes, séries e até mesmo em anúncios publicitários, conforme trabalha Sodr e e Paiva (2002, p.60) no grotesco, descrito pelos mesmos como um fenômeno e “quase sempre o resultado de um conflito com uma corporalidade”.

A banalização da violência nessas formas de mídia leva a uma naturalização do consumo por parte do público em casos antes considerados hediondos e incabíveis. Nota-se então, na última década em especial, uma aceitação passiva de comportamentos violentos e seu consumo, pondo à parte, a produção de livros do gênero true crime, podcasts e produtos culturais que visam narrar tais perfis criminais.

Além disso, a era digital trouxe consigo a facilidade de compartilhamento de informações, o que, por um lado, pode ser benéfico para a disseminação de conhecimento e ideias, mas, por outro lado, também pode amplificar a propagação da violência na mídia. O dinamismo das redes sociais, com sua rapidez e eficiência na disseminação de conteúdo, resultando cada vez mais na disseminação de conteúdos violentos sem uma devida

contextualização e cobertura ética, aumentando assim o papel da violência como base da sociedade .

Nesse sentido, é possível propor que o jornalismo comercial elabore identidades criminais comerciais. Analisar o conceito de identidade requer estudos aprofundados e com recortes específicos. No recorte proposto, considera-se a afirmação de Villaça (2018), que elabora a identidade como mutável, não como fixa e inerte do ser humano, natureza ou cultura, mas sim, integrada a processos produtivos e performáticos.

Essa linha condiz a visão de Hall (2006, p.38), que trabalha a identidade como “algo formado, ao longo do tempo, por processos inconscientes, e não algo inato”. E no que tange a ficção, o autor completa que “existe sempre algo ‘imaginário’ ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece incompleta, sempre ‘em processo’, sempre ‘sendo formada’” (2006, p.38).

Podemos entender, portanto, o poder do comercial na produção e recepção comunicacional. Não obstante, Jarvis (2015) pontua que “o motor que alimenta esse processo é primariamente econômico. A mercantilização da violência é inseparável da violência da mercantilização” (Jarvis, 2015, p. 328, tradução nossa). Esse fenômeno também é citado por Amaral (2018), que aponta características como a banalização da violência e a exploração do sofrimento humano no jornal sensacionalista.

A reprodutibilidade das formas simbólicas é uma das características que estão na base da exploração comercial dos meios de comunicação. As formas simbólicas podem ser “mercantilizadas”, isto é, transformadas em mercadorias para serem vendidas e compradas no mercado (THOMPSON, 2002, p.27)

O processo de produção moderno não gera consumos acelerados e arrítmicos. Segundo Han (2017, p.109), isso integra a “supercomunicação”⁷, que provoca a “spamização” da linguagem e da comunicação, fazendo surgir uma massa de comunicação e informação que não é informativa nem comunicativa:

A comunicação é um ato que cria uma comunidade. Contudo, a partir de um determinado ponto, ela não é mais comunicativa, mas apenas cumulativa. Já a informação é informativa, porque coloca em forma. Mas, em determinado estágio, ela deixa de ser ‘in-formativa’, tornando-se ‘de-formativa’. Ela coloca fora de forma. (HAN, 2017, p.110)

⁷ Segundo o autor, “[a supercomunicação] seria uma ficção ininterrupta no visor, que compensa o vazio da “tela de focagem”, um “cenário forçado” que procura compensar a falta de ser com o excesso de positividade.” (HAN, 2007, p.114-15).

Portanto, à medida que a mídia continua a evoluir e a ocupar um papel central na vida das pessoas, é essencial permanecer atento aos efeitos da violência na linguagem e no conteúdo divulgado, buscando promover um jornalismo ético, responsável e consciente, capaz de contribuir para uma sociedade mais informada, crítica e equilibrada, com a intenção não somente de combater a violência, mas aceitá-la como parte da sociedade e assim, problematizar e propor novas discussões acerca o tema.

Como disse Arendt “a prática da violência como toda ação, transforma o mundo, mas a transformação mais provável é em um mundo mais violento.” (1994, p.58). Por reconhecer a presença onipresente da violência e sua influência multifacetada, abrem-se possibilidades para abordagens mais conscientes e responsáveis em relação à forma como lidamos com esse tema complexo e desafiador.

Considerações Finais

A violência faz parte da estrutura de uma sociedade, de forma política, e essencialmente, de forma cultural. O consumo, a observação e a reprodução da violência para fins de entretenimento remonta desde a serialização de folhetins, até a novelização de romances que abordam os temas interligados aqui. Essa mercantilização, como tratada pelo sentido literal do termo, pontua que a sociedade contemporânea se vê presa em um ciclo de consumo e produção, gerando reações em escalas micro e macro.

A presença da violência no jornalismo é inerente ao exercício da profissão, como dito por Traquina (2008), e sua mercantilização desde então. A morte possui valor notícia, e a violência não se limitando à morte, resulta em uma revolução industrial permanente no que tange a produção e consumo de produtos violentos, ou seja, com uma superprodução tanto em conteúdos, quanto em resíduos, a spamização. Esta pesquisa, portanto, defende a ideia de que a violência é uma presença constante na sociedade, sendo transmitida de diversas formas ao longo do tempo. Seja como parte da cultura, da religião, da informação ou do comércio, a violência mantém sua relevância.

Os estudos sobre a violência na mídia possuem como nomes mais marcantes, Sodré e Paiva (2002) e Angrimani (1995), que como as datas pontuam, foram aplicados há mais de duas décadas. Certamente novos estudos de menor alcance foram produzidos, mas a discussão sobre a violência na comunicação não deve ser esquecida ou posta como objeto

secundário de estudos. É possível dizer que articulações entre os pensamentos de Byung-Chul Han aliada a grandes nomes da comunicação do Brasil, puderam estabelecer novas perspectivas sobre a comunicação na modernidade, com ênfase no sujeito contemporâneo.

Espera-se que, com a apresentação e articulação aqui trabalhada, o entendimento e o protagonismo da violência, como produtora e seus efeitos nos consumidores, na comunicação, possa ser visto sob uma nova perspectiva, com abordagens teóricas que explorem novos pensadores e articulem a violência como ponto central dos estudos. A pesquisa, então, conclui seu posicionamento de que a violência está, e sempre esteve presente na sociedade, e será transmitida, seja de forma cultural, religiosa, informacional, ou, no período em que vivemos, comercial.

Referências bibliográficas

- ARENDRT, Hannah. **Sobre a Violência**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.
- AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo Popular**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2018.
- ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. 2. ed. São Paulo: Summus, 1995.
- ARÁUJO, Eliany Alvarenga de; COSTA, Andreia Alves da. Da competência a sobrecarga informacional: estudo sobre busca e uso de informação. In: **Competência em informação** [recurso eletrônico]: avanços hispanos-brasileiros. Edição de Pablo Parra Valero et al. São Paulo, ECA-USP, 2021. ISBN 978-65-88640-23-4
- BAUDRILLARD, Jean. **L'Échange Symbolique et la Mort**. Paris: Gallimard, 1976.
- CARVALHO, Denise; FREIRE, Maria Tereza; VILAR, Guilherme. Mídia e violência: um olhar sobre o Brasil. **Rev Panam Salud Publica**. 2012;31(5):435–8. Disponível em: <https://www.scielosp.org/pdf/rpsp/2012.v31n5/435-438>. Acesso em: 12 jan. 2023.
- GIRARD, René. **A violência e o sagrado**. 3. ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2008.
- HAN, Byung-Chul. **Topologia da violência**. 1. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2017.
- _____, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. 1ª. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2015
- _____, Byung-Chul. **No enxame**: perspectivas do digital. 1ª. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2018
- HALL, Stuart. **A identidade Cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A,
- JARVIS, Brian. Monsters Inc.: Serial Killer and consumer culture. **Crime, Media, Culture**, [S. l.] v. 3, n.3, p. 326–344, 2007. DOI <https://doi.org/10.1177/1741659007082469>. Acesso em 25 de jul. de 2023.
- MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.
- MICHAUD, Yves. **A violência**. 1. ed. São Paulo: Ática; 1989
- MURDERABILIA In: **Collins English Dictionary**. HarperCollins Publishers, 2023. Disponível em: <https://www.collinsdictionary.com/pt/dictionary/english/murderabilia>. Acesso em 10 de ago. de 2023.
- SODRÉ, Muniz; PAIVA, Raquel. **O império do grotesco**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.
- SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.



TRUE CRIME. In: **Oxford Advanced Learner's Dictionary**. Oxford University Press, 2023.
Disponível em:

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/true-crime?q=true+crime>. Acesso em 10 de ago. de 2023.

VILLAÇA, Nízia. **O consumo da cultura: comunicação e performance**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.