




Morte espetáculo: inação moral e consumo da violência na sociedade sinóptica

*Death as Spectacle: Moral Inaction and the
Consumption of Violence in the Synoptic Society*

*Muerte espectáculo: inacción moral y consumo de
la violencia en la sociedad sinóptica*

Antonio Hot Pereira de Faria¹

 [0000-0003-0543-7503](https://orcid.org/0000-0003-0543-7503)

Resumo: Este ensaio analisa criticamente a transformação da morte em espetáculo no contexto da sociedade sinóptica e da cultura digital contemporânea. Aborda como a violência e o sofrimento humano são convertidos em mercadoria simbólica, amplificados pelas lógicas de engajamento algorítmico e normalizados pelo consumo constante de imagens brutais. Com base em autores como Hannah Arendt, Guy Debord, Susan Sontag e Thomas Mathiesen, discute-se o mal da inação moral, a dissolução da intimidade nas redes sociais, a banalidade da violência e o paradoxo da segurança. O texto propõe uma reflexão sobre os impactos desse fenômeno na sensibilidade coletiva, na percepção de risco e na legitimação de políticas de medo. Conclui-se pela necessidade de reabilitar a empatia, a ética do olhar e o valor simbólico da vida frente à lógica de espetáculo que domina o ambiente midiático atual.

Palavras-chave: Morte Espetáculo. Sociedade Sinóptica. Violência Midiática. Inação Moral. Medo do Crime.

Abstract: This essay critically analyzes the transformation of death into spectacle within the context of the synoptic society and contemporary digital culture. It explores how violence and human suffering are commodified, amplified by algorithmic engagement logics, and normalized through the constant consumption of brutal imagery. Drawing on authors such as Hannah Arendt, Guy Debord, Susan Sontag, and Thomas Mathiesen, it discusses moral inaction, the dissolution of intimacy in social media, the banality of violence, and the security paradox. The text reflects on the impacts of this phenomenon on collective sensibility, risk perception, and the legitimation of fear-driven policies. It concludes by highlighting the need to rehabilitate empathy, the ethics of seeing, and the symbolic value of life in the face of the spectacle logic that dominates today's media landscape.

Keywords: Death Spectacle. Synoptic Society. Media Violence. Moral Inaction. Fear of Crime.

Resumen: Este ensayo analiza críticamente la transformación de la muerte en espectáculo en el contexto de la sociedad sinóptica y la cultura digital contemporánea. Aborda cómo la violencia y el sufrimiento humano se convierten en mercancía simbólica, amplificados por las lógicas de compromiso algorítmico y normalizados mediante el consumo constante de imágenes brutales. Con base en autores como Hannah Arendt, Guy Debord, Susan Sontag y Thomas Mathiesen, se discute el mal de la inacción moral, la disolución de la intimidad en las redes sociales, la banalidad de la violencia y la paradoja de la seguridad. El texto propone una reflexión sobre los impactos de este fenómeno en la sensibilidad colectiva, la percepción del riesgo y la legitimación de políticas basadas en el miedo. Se concluye señalando la necesidad de rehabilitar la empatía, la ética de la mirada y el valor simbólico de la vida frente a la lógica del espectáculo que domina el entorno mediático actual.

Palabras-clave: Muerte Espectáculo. Sociedad Sinóptica. Violencia Mediática. Inacción Moral. Miedo al Delito.

¹ Doutor em Tratamento da Informação Espacial pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - PUC-Minas. Professor Visitante do Mestrado Profissional em Ciências Policiais e Tecnologias Inovadoras da Universidade Estadual de Montes Claros - UNIMONTES. Lattes: [1883311701870888](https://lattes.cnpq.br/1883311701870888) - E-mail: hot.pmmg@gmail.com.



Introdução

Em um contexto global marcado pela quase onipresença das mídias digitais, particularmente em países altamente conectados como o Brasil, pela hiperexposição nas redes sociais e pelo regime de visibilidade constante, a violência e a morte transitaram de fatos trágicos, envoltos em ritualidade e recolhimento, para conteúdos amplamente compartilháveis, monetizáveis e, sobretudo, convertidos em espetáculo.

Ainda que o Brasil figure entre as nações mais conectadas do planeta, esse fenômeno não se distribui de forma homogênea no cenário global. De acordo com o *Digital 2024 Global Overview Report* e o *Digital 2025: Brazil* (DATAREPORTAL, 2024; 2025), o número de brasileiros conectados à internet no início de 2025 alcançou 183 milhões, correspondendo a 86,2% da população. No campo das redes sociais, registraram-se 144 milhões de perfis ativos (67,8% da população), e 78,6% dos internautas declararam utilizar ao menos uma plataforma. O crescimento é expressivo: entre janeiro de 2024 e janeiro de 2025, o *Instagram* ganhou 6,1 milhões de novos usuários (+4,5%) e o *Facebook* cerca de 400 mil perfis adicionais. Além disso, o Brasil ocupa a segunda posição mundial no tempo médio diário de uso da internet (9h13min) e a terceira no tempo dedicado às redes sociais (3h37min por dia).

Esses números demonstram que o Brasil não apenas acompanha, mas se projeta como um dos principais polos de adoção digital no mundo, criando um cenário propício para que a espetacularização da violência e da morte se difunda de forma acelerada e alcance ampla ressonância social.

O que antes exigia silêncio e luto, hoje é empacotado em curtidas, *hashtags* e reações virais. Essa mutação não reflete apenas uma mudança tecnológica, mas expõe fissuras éticas profundas, uma vez que o sofrimento humano se banaliza enquanto circula como mercadoria simbólica no mercado da atenção.

A transformação da morte em objeto de consumo midiático e o consequente fenômeno da sociedade sinóptica — em que muitos observam poucos — revelam contradições cruciais das sociedades contemporâneas. De um lado, há uma expansão inédita de acesso à informação; de outro, uma precarização da empatia, uma dessensibilização moral e a substituição da ação política por comentários, memes e indignação performática. A cultura da vigilância e da exposição, analisada por Mathiesen (1997), Debord (1997) e Han (2017,



2022), converge com a lógica do engajamento algorítmico para normalizar a violência e anestesiar a consciência coletiva.

Esta investigação parte da seguinte questão: como a transformação da morte em espetáculo midiático na sociedade sinóptica contemporânea impacta a sensibilidade moral coletiva e legitima dinâmicas de controle social baseadas no medo?

O objetivo geral deste ensaio consiste em analisar criticamente os mecanismos através dos quais a espetacularização da morte opera como dispositivo de dessensibilização moral e governança afetiva na era digital. Os objetivos específicos incluem: (i) examinar a configuração do “mal da inação” na passividade digital contemporânea; (ii) investigar como a sociedade sinóptica converte o sofrimento em entretenimento algorítmico; (iii) analisar a banalização da violência através da repetição imagética; (iv) discutir os impactos da espetacularização na percepção de segurança e legitimação de políticas de medo.

A pesquisa adota abordagem teórico-crítica de caráter interdisciplinar, articulando contribuições da filosofia política (Hannah Arendt), sociologia crítica (Guy Debord, Byung-Chul Han, Zygmunt Bauman), criminologia crítica (Thomas Mathiesen) e estudos da comunicação (Susan Sontag). A metodologia combina revisão bibliográfica com análise conceitual, tendo como fio condutor a crítica da economia política da atenção e suas implicações ético-políticas.

A escolha metodológica privilegia a análise imanente dos conceitos, evitando aplicações mecânicas de teorias a fenômenos empíricos, em favor de uma reconstrução crítica das categorias analíticas adequadas à compreensão da especificidade histórica do presente.

A justificativa para este trabalho reside na urgência de problematizar a naturalização da violência na cultura digital, sobretudo em tempos em que a manipulação de afetos — como medo, indignação e curiosidade mórbida — se torna insumo para a economia da atenção e mecanismo de governança difusa. Ao recorrer a referências de diferentes campos — filosofia, sociologia, criminologia e estudos da comunicação — o texto propõe iluminar o modo como a morte espetáculo é sintoma e combustível de um ciclo de medo, controle e indiferença moral, o qual se retroalimenta na pulsação incessante das redes.

Assim, mais do que um diagnóstico acadêmico, este ensaio constitui um convite à reflexão sobre os limites éticos do olhar, sobre a função crítica da mídia e sobre a necessidade de resistir à anestesia moral. Diante de uma sociedade que consome corpos mortos como



conteúdo e legítima políticas de medo, pensar a morte como espetáculo é, em última instância, pensar o valor da vida como bem coletivo, inegociável e insubstituível.

O mal da inação: da banalidade do mal à passividade digital

A violência não se manifesta apenas nos atos brutais de agressão, mas também no silêncio que os cerca. A omissão diante da dor alheia — ou pior, sua contemplação inerte — revela um tipo insidioso de mal: o mal da inação. Hannah Arendt (1999), em sua análise do julgamento de Adolf Eichmann, conceituou a “banalidade do mal” como forma insidiosa de cumplicidade exercida por indivíduos aparentemente comuns que, pela ausência de pensamento crítico e julgamento moral, tornam-se coadjuvantes do horror.

Na contemporaneidade digital, essa recusa assume novas formas. As redes sociais ampliaram a visibilidade da violência, mas não necessariamente a consciência sobre ela. O espectador contemporâneo — muito mais numeroso e distante — não interfere, apenas registra, compartilha, consome. Segundo Zygmunt Bauman (1998), o distanciamento burocrático e técnico do sofrimento alheio é uma característica da modernidade. Transposto ao universo das redes, esse distanciamento se torna simbólico: ao assistir à violência mediada por telas, o sujeito se desobriga eticamente da ação direta, reafirmando uma “moral da indiferença”.

O psicólogo social Albert Bandura (2016) oferece outro aporte importante ao tratar dos mecanismos de desengajamento moral. Em sua teoria social cognitiva, Bandura (2016) explica como as pessoas se dissociam dos impactos morais de seus atos ou omissões ao recorrer a mecanismos como a difusão de responsabilidade, a desumanização da vítima e a minimização das consequências. No caso da violência midiática, isso se manifesta na crença de que “alguém fará algo”, ou que a vítima “estava no lugar errado”, promovendo uma espécie de neutralização da indignação.

Outro ponto crucial é o papel do espectador cúmplice, descrito por Susan Sontag (2003) em *Diante da dor dos outros*. Sontag (2003) discute como a repetição imagética do sofrimento em contextos de guerra e catástrofes pode gerar uma saturação emocional, levando à anestesia moral. O excesso de imagens de corpos, sangue e morte não produz mobilização, mas indiferença. O que antes chocava, agora entretém. A morte deixa de ser evento trágico e torna-se episódio viral.



Ainda na tradição crítica, Theodor Adorno & Max Horkheimer (1947), denunciam a regressão da cultura de massa à barbárie, na medida em que o consumo acrítico da violência pela indústria cultural banaliza o sofrimento e naturaliza a dominação.

Adorno & Horkheimer (1947), ao desenvolverem o conceito de Indústria Cultural em *Dialética do Esclarecimento*, analisaram um momento histórico marcado pelo predomínio do cinema, do rádio e da televisão. Nessa época, a crítica recaía sobre a padronização da cultura, a mercantilização da experiência estética e a manipulação da consciência coletiva pela mídia de massa. Esse diagnóstico continua válido, mas precisa ser recontextualizado: o que antes se estruturava em um modelo centralizado e vertical de produção e distribuição cultural, hoje se expande em um ecossistema plataformizado e interativo, no qual os próprios usuários produzem e compartilham conteúdos.

A lógica da Indústria Cultural denunciada pelos frankfurtianos persiste, mas assume uma forma mais complexa: agora não apenas consumimos passivamente os produtos culturais, como também nos tornamos coprodutores do espetáculo, participando de sua difusão por meio de curtidas, repostagens e comentários. O algoritmo desempenha, nesse cenário, o papel que outrora cabia aos grandes estúdios e emissoras: selecionar, hierarquizar e distribuir materiais editoriais em função de sua capacidade de gerar engajamento, e não de sua relevância ética ou social. Assim, Adorno & Horkheimer (1947) fornecem as bases críticas para pensar a mercantilização da vida e da morte, mas é indispensável atualizar suas reflexões à luz do capitalismo de vigilância (Zuboff, 2019) e do capitalismo afetivo (Illouz, 2007), que radicalizam a exploração da atenção e das emoções no ambiente digital.

Shoshana Zuboff (2019), em *A era do capitalismo de vigilância*, descreve como as plataformas digitais não apenas distribuem produções, mas coletam sistematicamente os rastros de comportamento dos usuários, transformando-os em matéria-prima para previsão e modulação da conduta. Zuboff (2019, p. 8) define o capitalismo de vigilância como:

Uma nova ordem econômica que reivindica a experiência humana como matéria-prima gratuita para práticas comerciais ocultas de extração, previsão e venda; uma lógica econômica parasitária em que a produção de bens e serviços é subordinada a uma nova arquitetura global de modificação comportamental; uma mutação descontrolada do capitalismo, marcada por concentrações de riqueza, conhecimento e poder sem precedentes na história da humanidade; o arcabouço fundamental de uma economia de vigilância; uma ameaça tão significativa à natureza humana no século XXI quanto o capitalismo industrial foi para o mundo natural nos séculos XIX e XX; a origem de um novo poder instrumentário que afirma sua dominação sobre a sociedade e apresenta desafios alarmantes à democracia de mercado; um movimento que visa impor uma nova ordem coletiva



baseada na certeza total; e uma expropriação de direitos humanos fundamentais que deve ser compreendida como um golpe vindo de cima: a derrubada da soberania popular.

Essa lógica desloca o centro da crítica frankfurtiana: se para Adorno & Horkheimer (1947) o problema era a passividade do consumidor diante da mercadoria cultural, hoje trata-se da extração ativa de dados e afetos, que alimenta modelos de negócio e técnicas de governança social. O espetáculo da morte e da violência, nesse contexto, não é apenas uma mercadoria simbólica; é também um gatilho para a geração de dados e engajamentos que retroalimentam o poder das plataformas. Assim, o capitalismo de vigilância atualiza a Indústria Cultural ao integrar consumo, controle e vigilância em um mesmo circuito econômico.

De maneira complementar, Eva Illouz (2007) e Sara Ahmed (2004) demonstram que as emoções se tornaram ativos econômicos, extraídos e explorados pelas plataformas digitais. Se a Indústria Cultural padronizava gostos, o capitalismo afetivo captura a própria comoção, convertendo sentimentos de medo, indignação ou luto em fluxos de engajamento e circulação de valor. Aqui a crítica frankfurtiana encontra sua radicalização: a mercantilização da experiência humana chega ao ponto em que a dor, a violência e até a morte são transformadas em recursos emocionais monetizáveis, como insumos de um mercado global da atenção. Ao contrário da passividade cultural denunciada pelos frankfurtianos, vivemos um tempo em que a própria participação emocional é sistematicamente apropriada, mediada e devolvida em forma de dependência algorítmica.

Por fim, Han (2017), ao analisar a sociedade da transparência e do desempenho, aponta para a erosão da alteridade como fundamento da convivência ética. “Na sociedade expositiva cada sujeito é seu próprio objeto-propaganda; tudo se mensura em seu valor expositivo. A sociedade exposta é uma sociedade pornográfica; tudo está voltado para fora, desvelado, despido, desnudo, exposto” (Han, 2017, p. 22). O excesso de exposição transforma tudo em mercadoria que “[...] está à mercê da corrosão imediata, sem qualquer mistério” (Baudrillard, 1991a, p. 71). “A economia capitalista submete tudo à coação expositiva, é só à encenação expositiva que gera valor, deixando de lado todo e qualquer crescimento próprio das coisas” (Han, 2017, p. 22). A hipervisibilidade do outro, paradoxalmente, não o aproxima, mas o esvazia de significado. Assistimos a mortes reais



como se fossem encenações. E, assim, o mal não se manifesta em gestos de crueldade deliberada, mas na incapacidade de interromper a marcha do espetáculo.

A sociedade sinóptica e a lógica do espetáculo: visibilidade, controle e consumo da morte

Se no passado o poder se realizava através da vigilância constante sobre os corpos — conforme propôs Michel Foucault (1999) em sua análise do panoptismo —, na contemporaneidade digital, essa lógica se inverte. Em vez de poucos observando muitos, como no panóptico, vivemos sob o paradigma da sociedade sinóptica, conceito formulado por Thomas Mathiesen (1997), em que muitos assistem a poucos. Trata-se de um sistema em que a visibilidade se torna vetor central de poder. Influenciadores, políticos, criminosos e vítimas dividem o mesmo palco: são assistidos, analisados, compartilhados. Nesse cenário, a morte torna-se espetáculo não porque se quer compreendê-la, mas porque se quer ver — e, sobretudo, fazer ver.

Zygmunt Bauman (2013) retoma e expande essa ideia, articulando-a ao seu diagnóstico mais amplo sobre a modernidade líquida. Para Bauman (2013), a sociedade sinóptica não é apenas um mecanismo de vigilância invertida; é sobretudo um dispositivo de sedução e conformidade social, em que a visibilidade se converte em valor absoluto.

A condição de ser observado e visto, portanto, foi reclassificada de ameaça para tentação. A promessa de maior visibilidade, a perspectiva de ‘estar exposto’ para que todo mundo veja e observe, combina bem com a prova de reconhecimento social mais avidamente desejada, e, portanto, de uma existência valorizada — ‘significativa’ (Bauman, 2013, p. 25).

Em obras como *Vida para Consumo* e *Vigilância Líquida*, Bauman (2008; 2013) mostra que a exposição pública se tornou condição para a existência social. Quem não aparece, não existe. Bauman (2013) reinterpreta o *cogito* cartesiano para os tempos líquidos. Nas palavras do autor, “[...] a versão atualizada e ajustada do cogito de Descartes seria ‘sou visto (observado, notado, registrado), logo existo’” (Bauman, 2013, p. 100).

Essa lógica cria uma pressão permanente para a autopromoção, mas também gera a normalização da violência como espetáculo. No fluxo incessante das redes sociais, crimes, mortes e tragédias competem pela atenção ao lado de memes, propagandas e performances cotidianas. O resultado é uma ambiguidade fundamental: de um lado, a visibilidade pode



servir como denúncia, dando voz a injustiças antes silenciadas; de outro, produz dessensibilização moral e indiferença diante da repetição imagética da dor.

Bauman (2008) interpreta a sociedade sinóptica como um ambiente em que a liberdade de ver e ser visto se transforma em um imperativo: somos compelidos a nos exhibir e, simultaneamente, a consumir a exposição dos outros. Isso explica por que a morte, filmada, transmitida e compartilhada, se torna mercadoria simbólica altamente valorizada — não pela densidade da vida que se perdeu, mas pela intensidade visual que a imagem proporciona. A espetacularização da morte, portanto, é um corolário direto da liquefação dos vínculos sociais: a alteridade se dissolve em performance, e a empatia cede lugar ao voyeurismo digital.

Ainda segundo Han (2017, p. 60) em *A sociedade da transparência*:

A sociedade do controle atual apresenta uma estrutura panóptica bastante específica. Contrariamente à população carcerária, que não tem comunicação mútua, os habitantes digitais estão ligados em rede e têm uma intensiva comunicação entre si. O que assegura a transparência não é o isolamento, mas a hipercomunicação. A especificidade do panóptico digital é sobretudo o fato de que seus frequentadores colaboram ativamente e de forma pessoal em sua edificação e manutenção, expondo-se e desnudando a si mesmos, expondo-se ao mercado panóptico. O expor pornográfico e o controle panóptico misturam-se entre si; o que alimenta o exibicionismo e o voyeurismo é a rede enquanto panóptico digital. Nesse sentido, a sociedade de controle chega a sua consumação ali onde o sujeito dessa sociedade não se desnuda por coação externa, mas a partir de uma necessidade gerada por si mesmo; onde, portanto, o medo de renunciar à sua esfera privada e íntima dá lugar à necessidade de se expor à vista sem qualquer pudor.

Um exemplo paradigmático desse fenômeno foi o suicídio de Ronnie McNutt, ocorrido em 31 de agosto de 2020, transmitido ao vivo pelo *Facebook Live* (Mirror, 2020). O vídeo, apesar de removido rapidamente pela plataforma, foi copiado e redistribuído em escala global, chegando inclusive a circular em redes como *TikTok* e *Twitter*. O episódio ilustra de modo contundente a lógica sinóptica: milhões de espectadores, anônimos e dispersos, contemplando a morte transformada em espetáculo, muitas vezes acompanhada de memes ou edições humorísticas. Nesse contexto, evidencia-se o deslocamento da empatia para a curiosidade mórbida; o sofrimento real não convoca à ação, mas é consumido como mais um conteúdo digital a ser compartilhado e esquecido.

A visibilidade se impõe como valor absoluto. Estar em evidência é existir; ser ignorado é ser excluído. A morte, capturada por câmeras de vigilância, celulares (de quem não se move para proteger ou tenta ajudar, mas que saca com agilidade o *gadget* para



registrar o sofrimento alheio) ou drones jornalísticos, ganha *status* de acontecimento midiático. Não importa mais a complexidade da vida interrompida, mas o impacto da imagem que dela se extrai. O que antes era tabu, agora é clique. E, como alertou Guy Debord (1997) em *A sociedade do espetáculo*, o espetáculo não é apenas uma coleção de imagens, mas uma relação social mediada por imagens — uma substituição da experiência real por sua representação.

Nesse processo, a morte perde espessura e se converte em narrativa visual, editada com cortes dramáticos, legendas sensacionalistas e trilhas sonoras trágicas. Os noticiários recorrem à linguagem do entretenimento, e as redes sociais à lógica do engajamento. Pierre Bourdieu (1997), ao analisar os bastidores da mídia em *Sobre a televisão*, já advertia que a busca pela audiência perverte a função informativa do jornalismo, reduzindo os fatos a fragmentos consumíveis. A morte violenta, nesse contexto, é reconfigurada como mercadoria simbólica: quanto mais brutal, mais viral. É nesse terreno que se estabelece o ciclo de retroalimentação entre mídia, audiência e algoritmo.

Além disso, há ainda a estratificação da exposição e dignidade: corpos mortos, sobretudo os corpos racializados e periféricos, tornam-se “tendência”. Exemplos dessa disposição são explicitados em trabalhos como o de Ferro (2016), que demonstra como a mídia brasileira trata diferentemente corpos de vítimas, com cobertura mais humanizada para mortes de brancos como o médico Jaime Gold (esfaqueado em 2015 na Lagoa Rodrigo de Freitas, no Rio de Janeiro — constantemente retratado em vida, com ênfase em sua trajetória profissional e pessoal), e sensacionalista, despersonalizada e sem empatia para jovens negros como Gilson dos Santos e Wanderson Martins (assassinados em contextos de violência urbana e cujas narrativas jornalísticas se limitaram a destacar a criminalidade do local ou a espetacularizar a cena do crime, sem conferir a mesma empatia ou individualidade às vítimas), reforçando uma hierarquização da dignidade segundo a cor da pele, e o trabalho de Trindade, Lago & Ferrari (2024) mostra que feminicídios de mulheres negras recebem visibilidade significativamente menor e menos profundidade na cobertura jornalística.

Como alerta Jean Baudrillard (1991b) em *Simulacros e simulação*, vivemos numa era em que os simulacros da realidade se sobrepõem ao real. A imagem da morte — e não a morte em si — é o que provoca reação, ainda que breve e performativa. O luto virtual não exige reflexão nem mobilização; basta um *emoji*, uma *hashtag* ou uma reação automática.



Essa estetização da violência está profundamente ligada à lógica das plataformas digitais. De acordo com Jon McKenzie (2002), na era global da performance, a sociedade passa a transformar toda experiência — do trivial ao traumático — em encenação pública, impulsionada pelas tecnologias digitais. O sofrimento alheio é filmado, narrado, remixado, transformado em conteúdo. A vítima deixa de ser sujeito e se torna personagem. A morte deixa de ser um fim e se converte em parte de um roteiro interativo, em que o público participa com curtidas e compartilhamentos. Da mesma forma, Han (2017) observa que a sociedade da transparência estimula a exibição constante da intimidade, dissolvendo a interioridade e convertendo até o sofrimento em mercadoria visual. Assim, o sofrimento alheio é filmado, narrado, editado e compartilhado como conteúdo de engajamento. A morte, por sua vez, não mais representa um fim privado, mas se integra a um roteiro interativo, conforme alerta Susan Sontag (2003), ao refletir sobre a dessensibilização diante da dor mediada por imagens.

Ignacio Ramonet (1999), por sua vez, em *A tirania da comunicação*, denuncia o papel dos meios de comunicação na construção de uma cultura que transforma o horror em hábito. Quando a morte é servida em doses diárias, com técnicas de dramatização e repetição, ela deixa de chocar. A lógica da repetição midiática cria uma naturalização da tragédia, uma familiaridade com a barbárie.

A sociedade sinóptica, portanto, não apenas assiste à morte, mas a consome — em tempo real. A violência é estetizada, a dor é convertida em dado de engajamento, e a existência humana se dissolve na fugacidade do espetáculo. O controle já não se dá apenas pela coerção, mas pela sedução. Somos seduzidos a ver, a participar, a comentar. E, nesse processo, a ética da alteridade é substituída pela lógica do entretenimento.

A espetacularização da vida privada: redes sociais, performance e a dissolução da intimidade

As redes sociais instauraram um novo regime de visibilidade. Se, na sociedade sinóptica, assistimos a poucos que ocupam o centro da cena pública, na era da hiperconectividade, todos são incentivados a tornar-se personagens de si mesmos. A distinção entre público e privado esmaece, dando lugar a uma lógica performática em que a vida íntima se transforma em conteúdo.



Nas palavras de Erving Goffman (2002), todos agora ocupamos palcos, ainda que improvisados, para representar versões idealizadas de nós mesmos. Os indivíduos agem “em sua qualidade de atores” (Goffman, 2002, p. 59), sublinhando a perspectiva dramática que permeia a obra, na qual o homem em sociedade “sempre utiliza formas de representação para se mostrar a seus semelhantes” (Goffman, 2002, p. 1). A vida social é, em grande parte, uma “encenação dramática” (Goffman, 2002, p. 71). Só que, diferentemente do teatro social cotidiano descrito por Goffman (2002), cuja obra foi publicada originalmente em 1959, a aplicação contemporânea dos seus conceitos, o palco digital exige constância, engajamento e impacto visual. Nesse contexto, a intimidade deixa de ser resguardada para ser exibida, editada e consumida.

Essa autoexposição cotidiana — em fotos, vídeos, desabafos e rotinas — transforma também o modo como nos relacionamos com a dor, com o sofrimento e, particularmente, com a morte. O que era luto privado torna-se evento midiático pessoal. Celebrações fúnebres são transmitidas ao vivo, fotos de corpos são postadas sem consentimento, mensagens derradeiras são compartilhadas como tributos — ou como mecanismos de autopromoção simbólica.

Essa lógica de visibilidade total leva ao que Han (2022), em *A expulsão do outro*, classifica como a erosão da interioridade. Ao tornar tudo visível, dissolve-se a profundidade dos afetos. Nada é preservado, tudo é performance. A dor não é vivida, mas encenada. O sofrimento não é elaborado, mas publicado. E, com isso, a morte deixa de ser mistério e passa a ser conteúdo de *timeline*, inserida entre memes e anúncios.

A própria dinâmica algorítmica das plataformas digitais, que privilegia o que choca e emociona para gerar engajamento, opera como uma engrenagem central do que teóricas como Eva Illouz (2007) e Sara Ahmed (2004) conceituam como capitalismo afetivo. Nessa lógica, a emoção transcende a experiência subjetiva para se tornar um recurso produtivo a ser extraído, comoditizado e posto em circulação. Essa arquitetura de incentivo à comoção cria uma cultura de luto performático, o qual, portanto, não é apenas um sintoma da dissolução da intimidade, mas a própria manifestação de um trabalho afetivo não remunerado, no qual a dor e o sofrimento são convertidos em matéria-prima para a economia da atenção. Assim, a análise de Debord (1997) sobre o espetáculo como uma relação social mediada por imagens é aqui radicalizada: trata-se de uma relação socioeconômica mediada pela extração de valor dos



afetos, em que a morte do outro se torna um ativo de altíssima liquidez no mercado da visibilidade.

Em muitos casos, a representação da própria morte torna-se o ápice da visibilidade. Suicídios transmitidos ao vivo, homicídios anunciados por *stories*, despedidas gravadas — tudo isso revela uma perversão do desejo de reconhecimento. Como analisa David Le Breton (2018) em *Desaparecer de si*, a exposição constante pode levar a uma forma extrema de invisibilidade subjetiva: o indivíduo, reduzido à imagem, já não sente ser visto a não ser no momento da ruptura final. A morte, então, aparece como único meio de romper com a indiferença social, paradoxalmente tornando-se forma última de comunicação.

Essa espetacularização da vida (e da morte) privada reforça a dessensibilização coletiva. Ao transformar toda experiência em conteúdo — inclusive as mais dolorosas —, perde-se a densidade simbólica do viver e do morrer. O luto, que deveria convocar o silêncio, é convertido em fluxo de imagens em carrossel. A memória, que demanda elaboração, é substituída por homenagens instantâneas. O privado já não se protege: ele se rentabiliza, é produto para monetização.

A consequência é uma sociedade em que os limites da intimidade são corroídos, e a dor alheia se torna entretenimento. Não mais por maldade deliberada, mas por uma lógica de exposição sistemática que naturaliza a invasão, a vulgarização e a indiferenciação entre o trágico e o banal. Nesse ambiente, a morte deixa de ser sagrada, e o sofrimento — que deveria gerar empatia — é apenas mais um *post* a ser arrastado para cima.

A banalidade da violência: entre a repetição imagética e a indiferença moral

A violência, na contemporaneidade, já não escandaliza — ela entretém. A imagem do sofrimento, quando incessantemente repetida, perde sua capacidade de mobilização ética e torna-se parte da paisagem cotidiana. Tal fenômeno pode ser compreendido como uma nova forma de banalidade, não mais do mal em sua estrutura burocrática, como descreveu Arendt (1999), mas da violência como linguagem esvaziada, como ruído constante que já não demanda escuta.

Na cultura visual digital, a violência é apresentada de forma fragmentada, editada e desconectada de seu contexto social, político ou humano. Como observou Susan Sontag (2003), a repetição de imagens brutais não gera empatia — ao contrário, pode conduzir à



saturação emocional, à indiferença. A dor alheia, transformada em *feed*, já não choca: ela desliza sob o polegar indiferente do espectador. Não se trata de insensibilidade inata, mas de um processo sistemático de dessensibilização construído pela lógica midiática e algorítmica.

Slavoj Žižek (2011), em suas análises sobre a cultura contemporânea, afirma que a exposição massiva à violência gera não um chamado à ação, mas uma paralisia política e moral. As imagens de sofrimento, ao se acumularem, perdem força de denúncia e ganham função de anestesia. A brutalidade, por sua onipresença, torna-se banal. Em vez de convocar o espectador ao compromisso ético, o espetáculo da violência o reduz à condição de *voyeur* apático.

Essa banalização opera por meio de três mecanismos centrais: (i) a dessensibilização – pela repetição imagética e ausência de contextualização; (ii) a estetização da violência – com técnicas visuais que tornam o trágico visualmente atraente; (iii) a normalização do horror – quando a exposição contínua à violência faz dela parte da “rotina” informativa e social.

Naomi Klein (2008), ao discutir o “choque” como ferramenta de dominação em *Doutrina do Choque*, aponta como a exposição contínua a eventos traumáticos pode levar ao colapso da capacidade crítica coletiva. Quando aplicada à comunicação social, essa lógica evidencia que a violência reiterada pelas telas atua como amortecedor da consciência, e não como despertador da indignação.

Outro aspecto relevante é o tratamento desigual dado aos corpos violentados. A morte de certos grupos — pobres e periféricos — é exposta sem filtros, como espetáculo de barbárie; já outras mortes, associadas a grupos hegemônicos, recebem tratamento respeitoso, cuidadoso, quase cerimonial. Como denuncia Achille Mbembe (2018), em *Necropolítica*, há uma hierarquização dos corpos diante da morte, e isso se reflete diretamente na cobertura e consumo midiático da violência.

Na perspectiva crítica de Boaventura de Sousa Santos (2008), a banalidade da violência é também um dos sintomas da “epistemologia do Norte”, que naturaliza a morte de populações inteiras enquanto exalta valores humanitários seletivos. A invisibilização ou a espetacularização de certas vidas revela, portanto, não apenas um problema comunicacional, mas uma violência epistêmica estrutural.

O resultado é a constituição de uma sociedade em que a violência deixa de ser um evento a ser evitado e passa a ser um componente normativo da convivência. E quando a



violência se torna norma, o horror se torna hábito. A convivência com o inaceitável se estabiliza. E o luto coletivo — essencial para a reconstrução simbólica da ordem — é substituído por memes, comentários jocosos e desafios virais.

Neste cenário, a única resposta possível à banalidade da violência é a reconfiguração ética da sensibilidade: a recusa à anestesia, o retorno à alteridade, o resgate da dignidade simbólica da vida e da morte. Como lembra Walter Benjamin (2012), “o estado de exceção em que vivemos é a regra”. E enquanto a regra for a morte sem sentido, será necessário resistir à naturalização do absurdo — com palavras, imagens e ações que recusem a indiferença.

A sensação de insegurança e o medo do crime: subprodutos da espetacularização midiática

A cobertura midiática de crimes violentos, muitas vezes sensacionalista e repetitiva, tem um impacto direto na forma como as pessoas percebem a segurança em seu cotidiano. Ao destacar crimes de forma constante e intensa, a mídia cria uma percepção inflacionada do risco, independentemente da realidade estatística. Esse fenômeno é conhecido como o “paradoxo da segurança”: mesmo em áreas onde o crime está em declínio, a sensação de insegurança pode aumentar (Glassner, 2010).

O medo do crime, alimentado por narrativas midiáticas, tem implicações significativas para o comportamento social. As pessoas podem mudar suas rotinas, evitar certos lugares ou mesmo apoiar políticas públicas mais punitivas baseadas em uma sensação exacerbada de perigo. Percepções de risco elevadas podem levar a um clima de desconfiança e ansiedade coletiva, impactando negativamente o tecido social.

Estudos em criminologia e sociologia, como os de Barry Glassner (2010) em *The Culture of Fear* e de George Gerbner (1998) com a teoria do “cultivo”, demonstram como a exposição continuada a conteúdos violentos pode moldar a percepção das pessoas sobre a realidade, criando um “mundo mais perigoso” na mente do público do que realmente é.

Essa fabricação do medo tem implicações profundas, que transcendem o comportamento individual e se inscrevem na esfera da economia e da política. O pavor coletivo, alimentado por narrativas dramáticas, não apenas altera rotinas e fomenta a desconfiança social, mas também cria um mercado pujante para a indústria da segurança e legitima a expansão de políticas públicas de segurança mais severas. O medo, portanto, opera



como um dispositivo de dupla função: como motor de consumo, que vende desde seguros a tecnologias de vigilância, e como ferramenta de governança, que torna a população mais dócil a medidas de controle em troca de uma promessa de proteção.

A sensação de segurança, portanto, torna-se um campo de batalha simbólico, em que a realidade é frequentemente eclipsada pela narrativa. A mídia, ao enfatizar casos extremos e violentos, acaba por criar um ambiente onde o medo se torna uma parte constante da vida cotidiana, mesmo quando os fatos e as estatísticas mostram uma realidade diferente. No quadro do capitalismo afetivo, o medo é um dos insumos mais potentes: ele gera engajamento, prende a atenção e alimenta os algoritmos de forma mais eficaz que qualquer outro sentimento. O ciclo de medo e demanda por mais segurança é, na verdade, um ciclo de produção e consumo de afeto, no qual a insegurança é o produto e o cidadão atemorizado, o consumidor ideal.

Portanto, a sensação de segurança transcende um campo de batalha meramente simbólico para se tornar um mercado. A narrativa midiática, ao enfatizar o extremo e o violento, não apenas eclipsa a realidade factual; ela a substitui por um simulacro mais rentável e politicamente funcional. O medo deixa de ser uma reação a um perigo real para se converter no ambiente constante e normalizado da vida contemporânea, um triunfo definitivo do espetáculo sobre a experiência vivida.

Considerações Finais: ver, sentir, resistir

A transformação da morte em espetáculo e mercadoria imagética sintetiza uma das mais perversas características de nossa era: a capacidade de naturalizar o inaceitável. Na sociedade sinóptica, na qual a exposição permanente legitima a existência, a violência deixa de ser exceção para tornar-se parte do entretenimento cotidiano, dessacralizada e consumida em forma de cliques e compartilhamentos.

A espetacularização da vida privada amplia essa lógica, dissolvendo fronteiras entre público e íntimo, convertendo até o luto em performance. Esse ciclo, alimentado pela economia da atenção, fortalece a banalidade da violência e a indiferença moral — sintomas de uma sociedade que assiste, mas não reage; que comenta, mas não age.

Essa passividade não resulta de insensibilidade inata, mas de estruturas que sistematicamente extraem valor econômico da atenção dispensada ao sofrimento alheio. O



capitalismo de vigilância converte até mesmo a comoção em matéria-prima para algoritmos de engajamento.

Além disso, o medo do crime, potencializado por narrativas sensacionalistas, evidencia que não apenas a violência real, mas também sua representação molda comportamentos, legitima políticas e corrói laços de confiança social. Assim, a morte espetáculo não é apenas um produto midiático, mas um vetor que retroalimenta insegurança, paranoia e vigilância mútua.

A análise revelou como a espetacularização da morte não opera de modo neutro, mas privilegia determinados corpos — principalmente periféricos e racializados — para exposição sem filtros, enquanto preserva outros da vulgarização imagética. Essa seletividade não apenas hierarquiza a dor, mas legitima desigualdades estruturais, convertendo diferenças socioeconômicas em distinções de dignidade simbólica.

A sociedade sinóptica, portanto, não democratiza a visibilidade, mas a estratifica segundo marcadores de classe, raça e território. A morte espetacularizada torna-se dispositivo de reafirmação de hierarquias sociais, onde alguns corpos podem ser expostos, consumidos e descartados, enquanto outros permanecem protegidos pela invisibilidade respeitosa.

Diante desse diagnóstico, emergem questões urgentes sobre possibilidades de resistência à colonização espetacular da experiência humana. A superação do mal da inação exige mais que denúncia crítica, demanda construção de alternativas práticas capazes de reabilitar a sensibilidade ética e a capacidade de ação coletiva. São exemplos de uma possível construção de agenda:

- a) pedagogia crítica da mídia: desenvolvimento de competências para leitura crítica de imagens e narrativas midiáticas, capacitando sujeitos a identificar mecanismos de manipulação afetiva e dessensibilização moral;
- b) ética do cuidado digital: estabelecimento de protocolos éticos para compartilhamento de conteúdos sensíveis, privilegiando consentimento, contextualização e respeito à dignidade das vítimas;
- c) governança de plataformas digitais: definição de diretrizes de funcionamento que subordinem algoritmos de recomendação a critérios de relevância social, não apenas rentabilidade comercial;



- d) fortalecimento de vínculos comunitários: investimento em espaços de convivência não mediados digitalmente, capazes de reativar dimensões da experiência social que escapam à lógica espetacular.

Como adverte Susan Sontag (2003), a compaixão é uma emoção instável que “precisa ser traduzida em atos, ou definha”. E, no tempo dos algoritmos, responder a essa questão com atos, e não com cliques, é um gesto radical de dignidade.

A resistência à morte espetáculo passa pela reafirmação do valor intrínseco da vida humana contra sua redução a conteúdo consumível. Isso implica recuperar a densidade simbólica do luto, a necessidade do silêncio reflexivo, a importância da elaboração temporal da perda. Significa opor à velocidade algorítmica a lentidão necessária para que a experiência do sofrimento possa ser genuinamente acolhida e transformada em aprendizado coletivo.

A superação da sociedade sinóptica demanda mais que reformas tecnológicas ou regulatórias: exige transformação antropológica capaz de reabilitar a alteridade como fundamento ético da convivência social. Isso significa reconhecer no outro não objeto de consumo visual, mas sujeito de direitos cuja dignidade independe de sua capacidade de gerar engajamento.

A política da alteridade opõe-se radicalmente à lógica da transparência compulsória denunciada por Han (2017). Em lugar da exposição total, reivindica o direito à opacidade, ao mistério, à interioridade não colonizada pelo espetáculo. Contra a conversão de toda experiência em performance, afirma dimensões da vida humana que devem permanecer inegociáveis.

Além disso, esta investigação abre múltiplas frentes para aprofundamento teórico e empírico:

- a) estudos comparativos: análise das variações culturais e nacionais na espetacularização da violência, investigando como contextos sócio-históricos específicos modulam esses processos;
- b) pesquisa etnográfica: investigação das práticas cotidianas de consumo e produção de conteúdos violentos, explorando as motivações subjetivas e os significados atribuídos pelos próprios usuários;



- c) análise de algoritmos: exame técnico dos mecanismos por meio dos quais plataformas digitais promovem ou inibem a circulação de conteúdos violentos;
- d) estudos de recepção: investigação dos impactos psicossociais da exposição continuada à violência midiática em diferentes grupos etários e contextos sociais;
- e) políticas públicas: desenvolvimento de propostas concretas para governança das plataformas digitais e educação midiática crítica.

Referências

Adorno, Theodor W. & Horkheimer, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Trad. Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

Ahmed, Sara. **The Cultural Politics of Emotion**. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2004.

Arendt, Hannah. **Eichmann em Jerusalém**: um relato sobre a banalidade do mal. Trad. José Rubens Siqueira. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

Bandura, Albert. **Moral disengagement**: how people do harm and live with themselves. New York: Macmillan, 2016.

Baudrillard, Jean. **Simulacros e simulação**. Trad. Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio D'Água, 1991b.

Baudrillard, Jean. **Die fatalen Strategien**. Berlim: Matthes & Seitz Verlag, 1991a.

Bauman, Zygmunt. **Modernidade e Holocausto**. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

Bauman, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

Bauman, Zygmunt. **Vigilância líquida**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

Benjamin, Walter. Sobre o conceito de história. In: Benjamin, Walter. **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre literatura e história da cultura. 8ª Ed. São Paulo: Brasiliense, 2012. p. 222-232.

Bourdieu, Pierre. **Sobre a televisão**. Trad. Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

DATAREPORTAL. **Digital 2024 Global Overview Report**. Londres: We Are Social; Meltwater, 2024. Disponível em: [DATAREPORTAL](https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report/). Acesso em: 19 ago. 2025.



DATAREPORTAL. **Digital 2025**: Brazil. We Are Social; Meltwater, 2025. Disponível em: [DATAREPORTAL](#). Acesso em: 19 ago. 2025.

Debord, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

Ferro, Mauricio de Azevedo. **Racismo na mídia**: um estudo da cobertura midiática nas mortes do médico Jaime Gold e dos jovens Gilson dos Santos e Wanderson Martins. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação-Habilitação em Jornalismo). Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2016.

Foucault, Michel. **Vigiar e Punir**: o nascimento da prisão. 20ª ed. Tradução Raquel Ramalhe. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

Gerbner, George. Cultivation analysis: An overview. **Mass communication and society**, v. 1, n. 3-4, p. 175-194, 1998.

Glassner, Barry. **The culture of fear**: Why Americans are afraid of the wrong things: Crime, drugs, minorities, teen moms, killer kids, muta. Hachette UK, 2010.

Goffman, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Trad. Maria Célia dos Santos Raposo. Petrópolis: Vozes, 2002.

Han, Byung-Chul. **A expulsão do outro**: sociedade, percepção e comunicação hoje. Trad. Douglas Bueno. Petrópolis: Vozes, 2022.

Han, Byung-Chul. **A sociedade da transparência**. Trad. Miguel Serras Pereira. Lisboa: Relógio D'Água, 2013.

Illouz, Eva. **Cold Intimacies**: The Making of Emotional Capitalism. Cambridge: Polity Press, 2007.

Klein, Naomi. **A doutrina do choque**: a ascensão do capitalismo de desastre. Trad. Vânia Cury. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

Breton, David Le. **Desaparecer de si**: uma tentação contemporânea. São Paulo: Editora Vozes, 2018.

Mathiesen, Thomas. The viewer society: Michel Foucault's 'Panopticon' revisited. **Theoretical criminology**, v. 1, n. 2, p. 215-234, 1997.

Mbembe, Achille. **Necropolítica**. Trad. Renata Santini. São Paulo: N-1 edições, 2018.

Mckenzie, Jon. **Perform or else**: From discipline to performance. Routledge, 2002.



Mirror. **Ronnie McNutt**: Tragic story of man who killed himself on Facebook live stream. 2020. Disponível: [Mirror](#). Acesso em: 24 ago. 2025.

Ramonet, Ignacio. **A tirania da comunicação**. Trad. Ivone Castilho. Petrópolis: Vozes, 1999.

Sontag, Susan. **Diante da dor dos outros**. Trad. Rubens Figueiredo. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

Sousa Santos, Boaventura de. **Another knowledge is possible**: beyond Northern epistemologies. London: Verso Books, 2008.

Trindade, Lorena de Andrade; Lago, Cláudia & Ferrari, Maria Aparecida. Atravessamentos de raça e classe na cobertura de feminicídios na imprensa brasileira. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 21, n. 1, p. 27-39, 2024.

Žižek, Slavoj. **Violência**: seis reflexões laterais. Trad. Miguel Serras Pereira. São Paulo: Boitempo, 2011.

Zuboff, Shoshana. **The Age of Surveillance Capitalism**: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. New York: Public Affairs, 2019.

Submetido em: 23 de junho de 2025

Avaliado em: 28 de julho de 2025

Aceito em: 27 de agosto de 2025