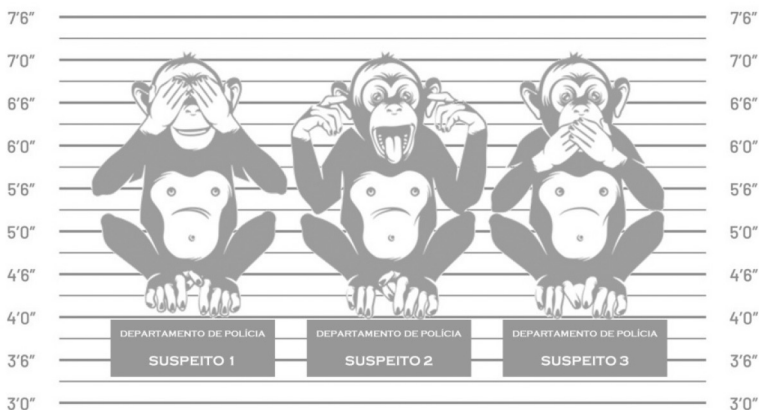


George Marmelstein

TESTEMUNHANDO A INJUSTIÇA



A ciência da prova testemunhal
e das injustiças inconscientes

2026

4^a

revista, atualizada
e ampliada

 EDITORA
*Jus*PODIVM
www.editorajuspodivm.com.br

2

FATORES DE INFLUÊNCIA DA QUALIDADE DA PROVA TESTEMUNHAL

2.1 VARIÁVEIS ANTERIORES AO EVENTO

2.1.1 Cegueira Inatencional (*Inattentional Blindness*)

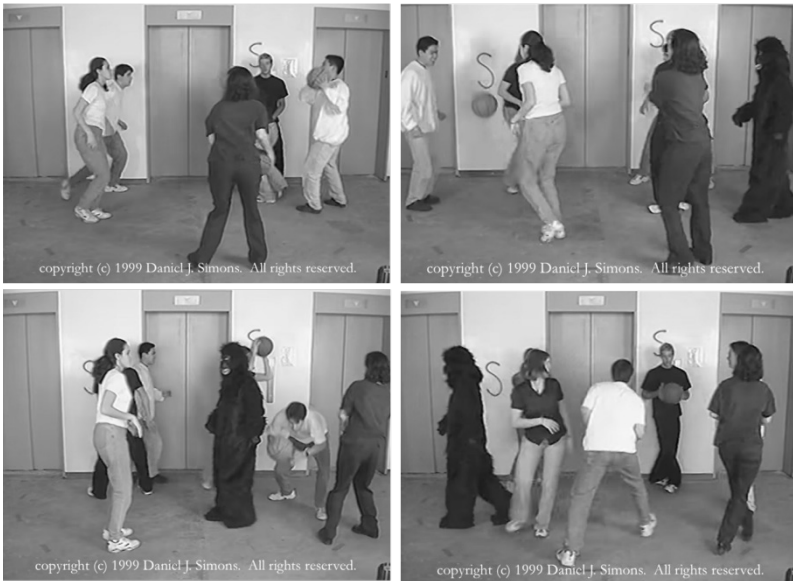
"Não vemos os nossos pontos cegos.
Em outras palavras, não vemos o que não
vemos" • Heinz von Foerster

A percepção humana pode ser influenciada por fatores que preexistem ao próprio evento. Como já vimos, o cérebro costuma desenvolver estratégias cognitivas para captar as informações relevantes com o mínimo gasto energético. Uma das estratégias mentais é reduzir o foco da atenção para que apenas os estímulos mais importantes sejam percebidos, codificados e armazenados na memória. Assim, a atenção seletiva pode provocar uma redução do campo de visão, capaz de afetar negativamente o desempenho cognitivo.

Quando estamos focados em uma atividade específica, a nossa capacidade de perceber tudo o que se passa ao nosso redor é prejudicada. Em alguns casos, pode ocorrer a chamada "cegueira inatencional" (*inattentional blindness*), que se manifesta sempre que deixamos de notar a presença de um estímulo

que está no nosso campo de visão por não sermos capazes de processar todas as informações que nos chegam.

Esse fenômeno foi demonstrado no clássico experimento de atenção, desenvolvido por Christopher Chabris e Daniel Simons, da Universidade de Harvard, em 1999. Nele, os participantes eram solicitados a contar a quantidade de passes em um vídeo onde alguns adolescentes jogavam basquete. Ao longo do vídeo, uma pessoa fantasiada de gorila passava no meio de todos os jogadores, batia no peito e saía da cena. Curiosamente, 46% das pessoas que assistiam ao vídeo não notaram a presença do gorila (CHABRIS & SIMONS, 1999, p. 1068)! Com isso, os pesquisadores sugeriram que “quando a pessoa focaliza a atenção especificamente em uma área ou aspecto do seu mundo visual, tende a não reparar em objetos inesperados, mesmo que se destaquem, que sejam potencialmente importantes e apareçam exatamente no local para onde está olhando” (CHABRIS & SIMONS, 2010, p. 17).



Frames do célebre experimento do gorila invisível.

O gorila passa por entre os jogadores, mas muitos participantes que assistem ao vídeo não conseguem perceber a sua presença (CHABRIS & SIMONS, 1999).

Em um experimento envolvendo especificamente a *cegueira inatencional* aplicada às testemunhas oculares, Christopher Chabris coordenou uma pesquisa na qual foi simulado um incidente real, baseado em um crime que ocorreu em Boston. No evento real, um policial negro foi agredido brutalmente por policiais brancos, que o confundiram com um criminoso, mas a única testemunha dos fatos foi outro policial (Kenny Conley) que alegou não ter visto o evento apesar de ter passado pelo local no exato momento da agressão. Conley foi condenado por perjúrio, sob a alegação de estar acobertando os outros policiais. Os jurados não acreditaram na sua versão, já que seria bastante improvável que ele não tivesse visto a cena, mesmo estando perseguindo um suspeito.

No experimento de Chabris, os participantes teriam que correr pelo mesmo percurso feito por Conley ao mesmo tempo em que contavam a quantidade de vezes em que outro participante tocava a cabeça com a mão. Ao longo do percurso, foi simulada uma agressão semelhante à sofrida pelo policial no caso de Boston. Ao fim da corrida, os participantes teriam que informar se perceberam algo de diferente enquanto corriam.

As imagens abaixo ilustram o percurso percorrido pelos participantes e a agressão simulada:



Fonte: CHABRIS & OUTROS, 2011, p. 150

O resultado indicou que, em condições noturnas, apenas 35% dos participantes notaram a agressão. Em condições diurnas, 56% notaram. Assim, os pesquisadores concluíram que a

cegueira inatencional ocorre não apenas em laboratório, mas em situações do mundo real, até mesmo em contextos com relevância jurídica (CHABRIS & OUTROS, 2011, p. 150).

O fato de não sermos capazes de notar detalhes óbvios que aparecem diante dos nossos olhos indica que a nossa capacidade de percepção é bem mais limitada do que pensamos. A atenção seletiva não nos torna apenas cegos para determinados aspectos da realidade, mas também nos torna cegos para a nossa própria cegueira.

No caso das testemunhas oculares, a cegueira inatencional pode ter impacto no modo como percebem determinado acontecimento, na medida em que os eventos ocorrem de modo inesperado. A testemunha ocular costuma estar imersa em alguma atividade específica, como conversando com outra pessoa, escrevendo no celular ou preocupada com os próprios pensamentos, antes de começar a perceber que algo de estranho está ocorrendo (BADDELEY & OUTROS, 2011, 339).

É provável que aspectos relevantes do evento não sejam captados na íntegra ou sejam interpretados de modo fragmentado, já que não há como ter certeza de que todos os estímulos foram codificados. Portanto, saber o que a testemunha estava fazendo antes e durante o evento é um fator relevante para a correta avaliação de sua capacidade de percepção.

2.1.2 **Priming e Labelling Effect (Efeito de Rotulagem)**

“No momento em que você rotula algo, você dá um passo. Quero dizer, você nunca poderá voltar a vê-lo novamente sem o rótulo” • Andy Warhol

Outro elemento anterior ao evento capaz de influenciar a percepção é conhecido como *priming*, que é um conceito básico da psicologia que pode ser traduzido como pré-ativação ou primação. *Priming* é o processo pelo qual a exposição a um estímulo tende a influenciar a resposta ou reação a um estímulo subsequente.

Por exemplo, se você for exposto, por uma fração de segundos, a uma foto do Coliseu e for solicitado a pensar em uma

comida, é provável que você pense em pizza. Por outro lado, se for mostrada uma foto de uma vaca, talvez você pense em churrasco.

Uma das hipóteses que explicam o efeito *priming* é a chamada Lei de Hebb: células neurais que disparam juntas tendem a permanecer conectadas. Assim, quando duas células neurais são ativadas repetidamente ao mesmo tempo, tenderão a se tornar “associadas”, criando uma conexão sináptica que se torna mais forte cada vez que o padrão é repetido.

Parece complicado, mas é simples. Nesse modelo, as memórias são armazenadas em várias regiões do cérebro que estão ligadas por circuitos de memórias. Quando um neurônio excita outro, a conexão entre os dois é fortalecida. Assim, o “disparo” de um desses neurônios torna mais provável o “disparo” do outro neurônio (GAZZANIGA E OUTROS, 2018, p. 268). Para usar as próprias palavras de Hebb, “quando um axônio da célula A está próximo o suficiente para excitar uma célula B e repetidamente ou persistentemente contribuir para dispará-lo, certas mudanças estruturais ou metabólicas ocorrem, aumentando a eficácia de tal sinapse” (HEBB, 2002, p. 62, tradução livre).

Seguindo essa lógica, é possível que alguns estímulos recebidos previamente tenham o poder de ativar determinadas memórias implícitas que irão influenciar a percepção do evento mesmo de modo inconsciente.

Por exemplo, em um engenhoso experimento de neurociência, coordenado por Hilke Plassmann, os pesquisadores colocaram etiquetas de preço em duas garrafas de vinho do tipo Cabernet Sauvignon que seriam degustadas por especialistas em vinho. Em uma garrafa, foi indicado que o vinho seria vendido por 90 dólares. Na outra garrafa, o vinho seria vendido a 10 dólares. As demais informações foram ocultadas.

A etiqueta, no caso, funcionou como um *priming*, criando uma associação automática entre preço e qualidade. Como resultado, o vinho com a etiqueta de 90 dólares recebeu uma avaliação superior, confirmando a expectativa de que vinhos mais caros são considerados melhores (PLASSMAN e OUTROS, 2007).

Ocorre que, apesar das diferentes etiquetas de preço, as duas garrafas continham o mesmo conteúdo. Houve, portanto, uma distorção de percepção produzida pela etiqueta. Os pesquisadores puderam ver essa distorção analisando a atividade cerebral durante o experimento. Quando os degustadores estavam bebendo o vinho com a etiqueta de 90 dólares, as áreas do cérebro relacionadas ao prazer eram ativadas antes mesmo de o líquido chegar à boca. Por outro lado, no caso do vinho com a etiqueta de 10 dólares, eram as áreas do cérebro relacionadas à aversão que se ativavam com mais intensidade antes, durante e depois da degustação.

Isso significa que a percepção de sabor foi influenciada por um estímulo que ocorreu antes mesmo do ato de beber o vinho. Nas palavras dos pesquisadores, “mudanças no preço de um produto podem afetar as representações neurais da agradabilidade vivenciada. [...] Nossos resultados mostram que elevar o preço de um vinho aumenta os relatos subjetivos de agradabilidade do sabor, bem como a atividade dependente do nível de oxigênio no sangue no córtex órbito-frontal medial, uma área que é amplamente considerada como codificadora de agradabilidade experimentada durante tarefas experienciais” (PLASSMAN e OUTROS, 2007).



Estudos de neuroimagem com degustação de vinho indicam que a percepção de agradabilidade tende a ser maior quando a pessoa que bebe acredita que o vinho é mais caro (PLASSMAN e OUTROS, 2007).

Esse fenômeno também é conhecido como *labelling effect* (efeito de etiquetamento ou de rotulagem). O *labelling effect*

ocorre quando uma etiqueta de sugestionamento é afixada a um estímulo, influenciando sistematicamente o julgamento ou a lembrança desse estímulo por causa e na direção da etiqueta (POHL, 2017).

A etiqueta não precisa ser um rótulo visual. Até mesmo sinais semânticos ou rótulos sociais (*social labels*) apresentados antes do evento podem criar expectativas capazes de afetar a percepção e o julgamento.

Por exemplo, quando você é alertado que uma pessoa que você irá conhecer é agressiva, mal humorada ou desonesta, é provável que essas informações prévias influenciem a impressão que você formará sobre a referida pessoa, facilitando a identificação de traços que confirmem a expectativa criada (HIGGINS E OUTROS, 1977). Outro exemplo: o mero fato de se rotular um suspeito como “criminoso”, em um *lineup*, pode criar um *priming* de culpa, aumentando a probabilidade de ele ser falsamente reconhecido como autor de um crime que não cometeu (HILLS E OUTROS, 2008). Como veremos, isso terá um grande impacto nos procedimentos de reconhecimento utilizados pela polícia, sobretudo com o uso de álbum de fotografia, que frequentemente são apresentados às testemunhas ou às vítimas com inúmeros rótulos ou gatilhos de incriminação.

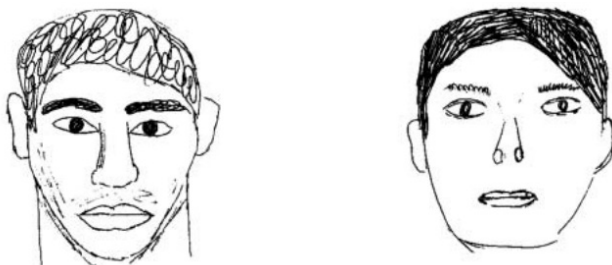
Em um estudo sobre o efeito de rótulos raciais na percepção de faces, Jennifer L. Eberhardt, da Universidade de Stanford, conduziu um experimento em que mostrava para os participantes um rosto ambíguo, tal como na figura abaixo:



Para metade dos participantes, era indicado que o rosto pertencia a uma pessoa negra. Para a outra metade, dizia-se que se tratava do rosto de uma pessoa branca. Em seguida, foi

solicitado que os participantes fizessem um desenho do rosto que acabaram de ver.

Apesar de ser o mesmo rosto, o padrão dos desenhos variou conforme o sugestionamento produzido pelo rótulo. Os participantes que receberam a informação de que se tratava de uma pessoa negra criaram desenhos com traços e características mais próximas ao do estereótipo do rosto de uma pessoa negra. Já os participantes que receberam a informação de que se tratava de uma pessoa branca criaram desenhos com uma feição mais próxima ao rosto do estereótipo de uma face branca. Os desenhos abaixo ilustram o resultado:



O rótulo no rosto ambíguo teve um forte impacto na percepção e na lembrança dos traços em direção ao rótulo sugestionado. Como se vê, o rosto à esquerda tem traços típicos do estereótipo associado ao rosto negro e o da direita, ao rosto branco (EBERHARDT E OUTRAS, 2003).

Segundo as pesquisadoras, o resultado indica que os participantes não apenas lembraram os rostos de maneira diferente conforme a sugestionabilidade produzida pelo rótulo, mas também viram os rostos de modo diferente, cada qual assumindo as características implícitas contida no rótulo apresentado. As lacunas de memória e de percepção foram preenchidas de modo a enquadrar o desenho do rosto no estereótipo facial sugerido pelo rótulo, indicando que as variáveis sociais, criadas dentro de uma cultura, podem afetar a forma como as características físicas são vistas e lembradas (EBERHARDT E OUTRAS, 2003).

Diante disso, é possível que alguns gatilhos visuais ou semânticos influenciem a percepção da testemunha, criando

uma disposição prévia para confirmar expectativas e para negligenciar fatos que se afastem do modelo pré-ativado. Reconhecer que a percepção da testemunha está sujeita a esse tipo de influência é essencial para medir corretamente o seu valor probatório.

2.1.3 Preconceito Implícito e Estereótipos

“Sou como você me vê.

Posso ser leve como uma brisa ou forte como uma ventania,

Depende de quando e como você me vê passar”

• Clarice Lispector

Quando assimilamos estereótipos sobre determinados grupos, há uma tendência de perceber com mais facilidade a presença de elementos que confirmem o estereótipo, em razão dos chamados *preconceitos implícitos*.

Muitas vezes, as características fenotípicas (cor da pele, atratividade, gênero, etnia, etc.) funcionam como *etiquetas* que são ativadas automaticamente pelo cérebro, podendo afetar a percepção, o julgamento e a memória, mesmo que não tenhamos consciência disso (MARMELSTEIN, 2020).

Um exemplo de como as associações estereotípicas e os preconceitos implícitos podem afetar o processamento visual foi demonstrado em um experimento clássico conduzido por Gordon Allport e Leo Postman (ALLPORT & POSTMAN, 1945).

No experimento, um dos participantes deveria olhar para a imagem abaixo e depois deveria descrever um relato da cena para ser transmitido para outro participante que não podia ver a imagem. Em seguida, o participante que recebeu o relato transmitiria um novo relato para outro participante e assim sucessivamente, como se fosse um jogo de telefone sem fio.

Eis a imagem:

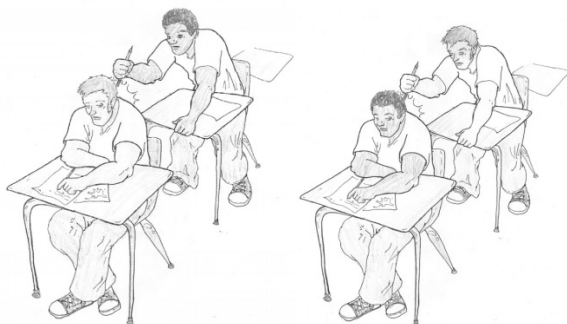


Imagem utilizada no experimento clássico de ALLPORT & POSTMAN, 1945.

Como se vê, a imagem mostra um homem branco, segurando uma navalha e apontando o dedo indicador para um homem negro. No experimento, os pesquisadores puderam acompanhar as distorções que eram criadas quando o relato era transmitido de pessoa para pessoa. Na metade das vezes, os participantes finais tendiam a descrever uma cena bem diferente da original, indicando que era o homem negro que estava segurando a navalha de modo ameaçador.

Embora o objeto do experimento tenha sido a formação de rumores em uma sucessão de relatos, é possível perceber como os estereótipos tendem a afetar a transmissão da mensagem em direção à expectativa gerada pelo estereótipo. Em muitas ocasiões, as pessoas usam estereótipos para coletar, interpretar e relembrar informações. As expectativas podem direcionar a percepção e influenciar a memória, distorcendo completamente a realidade.

Em outro estudo clássico, Sagar e Schofield (1980) mostraram a pré-adolescentes diversas imagens de pessoas brancas e pessoas negras em cenários ambíguos, como os desenhados logo abaixo:



Imagens adaptadas do estudo de Sagar e Schofield
(ANDERSON E OUTROS, 2011)

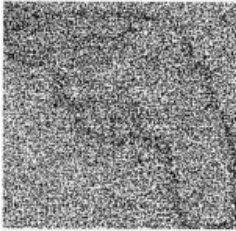
Na etapa seguinte, os pré-adolescentes tiveram que avaliar o nível de agressividade em cada imagem. Como previsto, os comportamentos foram classificados como mais maldosos, mais agressivos e mais ameaçadores quando o perpetrador do ato era negro do que quando era branco. Assim, concluem os autores, se a pessoa é branca, a tendência é que seus comportamentos ambíguos sejam interpretados como menos agressivos. Se a pessoa é negra, há uma propensão muito maior de enxergar a agressividade (SAGAR & SCHOFIELD, 2011, p. 597).

Em outra série de experimentos, Jennifer L. Eberhardt demonstrou, de modo ainda mais específico, o efeito do preconceito implícito na percepção da violência (EBERHARDT E OUTROS, 2004).

Em um dos experimentos, os participantes receberam estímulos contendo fotografias de pessoas brancas e negras para, em seguida, tentarem identificar, espontaneamente, que objetos eram representados por algumas imagens degradadas que surgiam na tela. Demonstrou-se que os rostos negros influenciam a capacidade dos participantes de detectarem objetos relacionados ao crime com muito mais intensidade do que

rostos brancos. Assim, depois de olharem para alguns rostos de pessoas negras, mesmo por uma fração de segundos, os participantes conseguiam identificar um revólver, em uma imagem desfocada, mais rapidamente do que quando olhavam para rostos de pessoas brancas.

A imagem abaixo representa três *frames* das imagens utilizadas na pesquisa:



Frame 1



Frame 20



Frame 41

Os participantes eram apresentados a uma imagem com 41 frames e tinham que adivinhar qual era o objeto. O objeto era percebido mais rapidamente como uma “arma” quando os participantes eram expostos previamente a rostos de pessoas negras.

Em outro experimento dentro do mesmo estudo, os pesquisadores demonstraram que a ativação de conceitos abstratos relacionados ao crime induz tendências de atenção em relação aos rostos masculinos negros. Ou seja, quando são submetidos a estímulos semânticos associados ao crime, as pessoas tendem a pensar mais rapidamente em imagens de homens negros. De acordo com os pesquisadores, “esses estudos, tomados em conjunto, sugerem que algumas associações entre grupos sociais e conceitos são bidirecionais e operam como dispositivos de sintonia visual, produzindo mudanças na percepção e atenção de um tipo que pode influenciar a tomada de decisão e o comportamento” (EBERHARDT E OUTROS, 2004 – tradução livre).

A mesma ideia pode ser reforçada com o chamado *Police Officer's Dilemma*, experimento desenvolvido por Joshua Correll e seus colegas da Universidade do Colorado. O experimento utiliza um jogo de computador para simular uma situação de perigo, em que os participantes precisam rapidamente

tomar uma decisão de apertar o botão de atirar, caso surja na tela um suspeito armado, e o botão de não atirar, caso o suspeito não esteja armado.

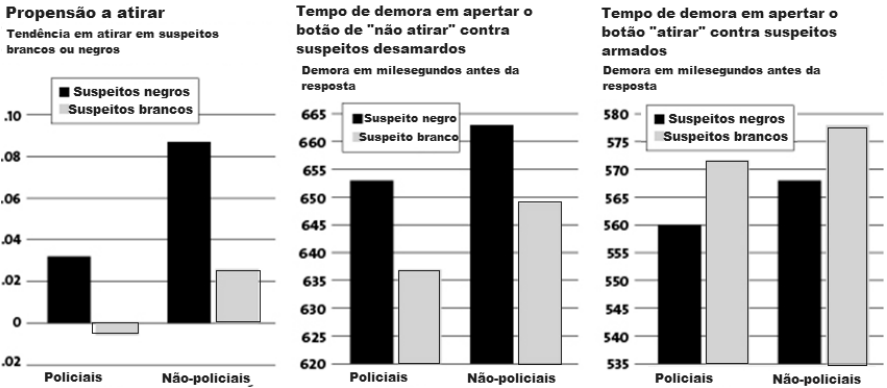
As fotos abaixo são exemplos utilizados no estudo, mostrando alvos brancos e negros, armados e desarmados:



Ao ter que tomar uma decisão rápida de atirar ou não atirar, as pessoas tendem a associar mais rapidamente os alvos negros como alvos armados, ao ponto de confundir objetos inofensivos, como uma lata de refrigerante ou um aparelho celular, com um revólver.

O resultado do experimento aponta para um fenômeno conhecido como *viés do atirador* (*shooter bias*), que é uma tendência de perceber e codificar mais rapidamente o objeto segurado por uma pessoa negra como uma arma, mesmo que seja apenas um objeto inofensivo, como um telefone, uma lata ou uma carteira. Assim, há uma tendência de apertar, mais rapidamente, o botão “atirar” em suspeitos negros armados, em apertar o botão “não atirar” em suspeitos brancos desarmados e a cometer mais erros de percepção, atirando por equívoco em suspeitos negros desarmados (CORRELL E OUTROS, 2002).

O gráfico abaixo sintetiza os resultados do estudo original:



O gráfico à esquerda demonstra que há uma propensão maior em atirar em suspeitos negros do que em suspeitos brancos. O gráfico do centro indica que as pessoas levam mais tempo para apertar o botão "não atirar" quando o suspeito desarmado é negro. Por fim, o gráfico da direita indica que as pessoas levam menos tempo para apertar o botão "atirar" quando o suspeito armado é negro (CORRELL E OUTROS, 2002).

Outro erro de percepção provocado pelo preconceito implícito está relacionado à interpretação de emoções faciais. Em um estudo realizado com americanos brancos (descendentes de europeus), os participantes tiveram que detectar a raiva em uma sequência de rostos. Os rostos foram desenvolvidos em computador, com uma escala de emoção indo de alegria à raiva, de modo que os participantes deveriam indicar o momento exato em que o rosto demonstrava raiva.

A imagem abaixo ilustra quatro *frames* utilizados no experimento, com um rosto branco e um rosto negro:

