



UNIVERSIDADE  
FERNANDO  
PESSOA

***CRIME MEDIÁTICO E PERCEÇÃO DA CRIMINALIDADE:  
CONFLITOS E IMPACTOS***

*[Media crime and crime perception: Conflicts and impacts]*

Dissertação de Mestrado em Criminologia

Sofia Alexandra dos Santos Ferreira

Orientador(es):

Professor Doutor Pedro Cunha

Janeiro, 2025





UNIVERSIDADE  
FERNANDO  
PESSOA

***CRIME MEDIÁTICO E PERCEÇÃO DA CRIMINALIDADE:  
CONFLITOS E IMPACTOS***

*[Media crime and crime perception: Conflicts and impacts]*

Dissertação de Mestrado em Criminologia

Sofia Alexandra dos Santos Ferreira

Orientador(es):

Professor Doutor Pedro Cunha

Janeiro, 2025

## **Resumo**

Os meios de comunicação e o fenómeno criminal estão interligados uma vez que representam um mecanismo para a sociedade se manter informada e saber o que está a acontecer, não só no nosso país, mas ainda no resto do mundo. Isso exige que se questione os impactos e conflitos que estes mesmos meios têm em relação à influência causada aos cidadãos. Este estudo procura ser um contributo para a área da criminologia analisando a influência da criminologia mediática na perceção dos sentimentos de insegurança e de medo na atual sociedade portuguesa. A pesquisa utiliza uma metodologia quantitativa, através do recurso à técnica do questionário *on-line*, em que o instrumento aplicado à amostra selecionada de 221 participantes foi criado especificamente para a investigação empírica realizada.

Os resultados apontaram que as mulheres, pessoas mais idosas e pessoas com menor escolaridade parecem ser mais suscetíveis à influência mediática, exibindo maior medo e sensação de insegurança. A televisão continua a ser o meio mais influente, com uma forte ligação entre a frequência de exposição a notícias criminais e o aumento do medo. No entanto, o meio de comunicação mais utilizado pelos inquiridos foram as redes sociais. Além disso, observamos que o ambiente urbano parece intensificar o sentimento de insegurança, enquanto as áreas rurais apresentam perceções mais moderadas sobre a criminalidade.

Com o presente estudo, espera-se contribuir para que se implemente uma regulamentação mais equilibrada e ética sobre como os meios de comunicação devem divulgar conteúdos relacionados com o crime para evitar a criação de climas de pânico moral, medo ao crime ou sentimentos de insegurança, sem reforçar estereótipos que contribuem para um aumento desses mesmos sentimentos. Portanto, a implementação de práticas mais responsáveis por parte dos média, contribuirá para uma sociedade objetivamente mais informada e menos influenciada, impulsionada, muitas vezes, por uma cobertura excessiva e/ou sensacionalista.

**Palavras-Chave:** Crime; Meios de comunicação; Medo ao crime; Sentimento de insegurança; Criminologia mediática.

## **Abstract**

The media and the criminal phenomenon are interconnected, since they represent a mechanism for society to stay informed and know what is happening, not only in our country, but also in the rest of the world. This requires us to question the impacts and conflicts that these media have in relation to the influence they have on citizens. This study seeks to be a contribution to the field of criminology by analysing the influence of media criminology on the perception of insecurity and fear in contemporary Portuguese society.

The research adopts a quantitative methodology utilizing an online questionnaire as the data collection technique. The instrument, specifically created for this empirical investigation, was applied to a selected sample of 221 participants.

The results showed that women, older people and those with lower educational levels appear to be more susceptible to media influence, exhibiting greater fear and feelings of insecurity. Television continues to be the most influential source of communication, with a strong link between the frequency of exposure to crime news and increased fear. However, most used source of communication by those surveyed was social media. In addition, we observed that the urban environment seems to intensify the feeling of insecurity, while rural areas have more moderate perceptions of crime.

With the present study, it is expected to contribute to the implementation of a more balanced and ethical regulation on how the media should disseminate crime-related content, to avoid creating moral panic, fear of crime, or feelings of insecurity, without reinforcing stereotypes that contribute to an increase in these same feelings. Therefore, the implementation of more responsible practices by the media will contribute to an objectively more informed and less influenced society, often driven by excessive and/or sensationalist coverage.

**Key-words:** Crime; Media; Fear of crime; Feelings of insecurity; Mediatic criminology

## ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	6
<b>CAPÍTULO I - ENQUADRAMENTO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
<b>1. Introdução .....</b>	<b>8</b>
<b>2. Criminologia mediática .....</b>	<b>10</b>
a. Medo ao crime .....	13
b. Sentimento de insegurança .....	15
c. Teoria do pânico moral .....	16
<b>3. Distorção da realidade .....</b>	<b>18</b>
<b>4. Perceção da criminalidade .....</b>	<b>22</b>
a. Perceção pública vs perceção individual.....	24
b. Fatores que influenciam e moldam .....	25
c. Impacto dos meios de comunicação na opinião pública.....	27
d. Conflitos entre a realidade e o transmitido nos <i>media</i> .....	28
e. Sensacionalismo e agenda mediática .....	29
f. Discrepância entre os crimes noticiados vs as estatísticas reais .....	30
g. Estigmatização de determinados grupos .....	32
i. Vítima ideal .....	33
ii. Vitimário .....	36
iii. Vitimização .....	37
iv. “Delinquente” .....	38
<b>5. Impactos na sociedade .....</b>	<b>40</b>
a. Mudanças nas políticas públicas e leis .....	41
b. Agentes da autoridade .....	43
c. Confiança nos tribunais de justiça criminal .....	44
d. Consequências dos <i>media</i> .....	47
e. Fontes de influência .....	48
<b>6. Uso das novas redes sociais .....</b>	<b>49</b>

<b>CAPÍTULO II - Parte Empírica .....</b>	<b>52</b>
<b>1. Introdução .....</b>	<b>52</b>
<b>2. Método .....</b>	<b>53</b>
<b>2.1. Amostra e participantes .....</b>	<b>54</b>
<b>2.2. Instrumento .....</b>	<b>54</b>
<b>2.3. Procedimentos .....</b>	<b>55</b>
<b>3. Resultados .....</b>	<b>55</b>
3.1. Caraterização sociodemográfica da amostra .....	56
3.2. Análise dos Resultados .....	59
3.2.1. Estudo comparativo sobre a perceção dos indivíduos quanto à criminologia mediática .....	59
3.2.2. Estudo sobre o sentimento de medo/insegurança que o indivíduo tem em relação ao medo ao crime .....	64
3.2.3. Estudo comparativo sobre as consequências do discurso relativamente ao crime transmitido pelos meios de comunicação social .....	70
3.3. Discussão dos resultados .....	73
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>81</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>84</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>89</b>
1. Anexo A: Parecer da Comissão de ética da UFP .....	90
2. Anexo B: Questionário aplicado à amostra seleccionada no estudo empírico.....	91

## Índice de Tabelas

Tabela 1: Sexo dos inquiridos .....	56
Tabela 2: Grupos etários .....	56
Tabela 3: Habilitações académicas .....	57
Tabela 4: Meio onde habitam .....	57
Tabela 5: Meios de comunicação .....	58
Tabela 6: Tempo de visualização por meios de comunicação .....	59
Tabela 7: Comparação entre o crime mais visto e as habilitações académicas .....	59
Tabela 8: Comparação entre a influência dos meios no sistema judicial em comparação com meios de comunicação .....	60
Tabela 9: Comparação entre a percentagem de notícias entre as HA e MC .....	63
Tabela 10: Comparação entre considerar Portugal um país inseguro/seguro e as HA .....	64
Tabela 11. Comparação entre situações que já precisou nos arredores de sua casa e as HA .....	69

## Índice de Figuras

<b>Quadro 1.</b> <i>Exemplos de notícias sobre criminalidade nos mass media portugueses (2023/2024)</i> .....	<b>31</b>
Figura 1. Gráfico ilustrativo da criminalidade violenta e grave em Portugal desde 2014 a 2023 .....	<b>31</b>

## Índice de Siglas

HA: habilitações académicas  
MC: meios de comunicação  
RS: Redes sociais

## Introdução

A presente dissertação de mestrado, intitulada “Crime mediático e percepção da criminalidade: conflitos e impactos”, realiza-se numa fase final para a obtenção do grau académico de Mestre em Criminologia, na que se pretende explorar como os meios de comunicação exercem influência na sociedade portuguesa. Assim, o objetivo geral é compreender como a exposição a notícias de crime por meio dos *meios de comunicação social* influencia a percepção de insegurança e de medo ao crime na população portuguesa e qual é o impacto desses meios na construção da realidade criminal. Para atender a esse objetivo, escolheu-se realizar um estudo quantitativo por meio de um questionário, criado especificamente para a investigação empírica, e cujos dados recolhidos foram posteriormente analisados de forma estatística.

Trata-se de um tema pertinente e atual. No entanto, apesar de ser relevante, existe escassez de estudos em território nacional e ainda na área da criminologia. Portanto, torna-se importante desenvolver mais investigações sobre este fenómeno uma vez que está em constante evolução e que se encontra tão enraizado na sociedade contemporânea. Também é importante estudar as consequências das notícias de crime que são difundidas através das novas tecnologias e o uso das mesmas, porque são poucos os estudos que abordam esta problemática. É essencial, portanto, conhecer a realidade da população portuguesa e preencher de uma forma crítica essas lacunas que conseguimos observar de modo a melhor intervir para obter um consumo de notícias mais objetivo e responsável. Este estudo pretende, desse modo, fornecer uma contribuição para o entendimento das implicações da chamada criminologia mediática na sociedade atual.

A dissertação está dividida em duas partes, num primeiro momento será desenvolvida a revisão da literatura que pretende fornecer um contributo para explicar esta influência que os meios têm. Nesse sentido, iniciaremos por contextualizar o estudo, que se baseia na teoria da criminologia mediática introduzida por Zaffaroni (2023), aprofundando conceitos delimitados pelo mesmo e complementando com perspetivas de outros autores. Ou seja, iremos falar sobre o medo ao crime, o sentimento de insegurança e a teoria do pânico moral como fontes de impacto dos *media*. Num segundo capítulo, falaremos sobre como os *media* distorcem a realidade, o que acaba por estar relacionado com o seguinte capítulo que é dedicado aos efeitos das notícias de crime na percepção da criminalidade, focando na percepção individual *vs* a percepção pública, os fatores influenciadores utilizados pelos meios de

comunicação, o impacto dos mesmos, os conflitos subjacentes entre a realidade e o transmitido pelos mesmos e, comparando com as estatísticas de crime, falaremos sobre teorias do jornalismo e sobre como os mesmos exercem essas influências e a estigmatização de determinados grupos para causar mais impacto na sociedade. Num terceiro capítulo, falaremos sobre os impactos negativos destes meios de comunicação na sociedade, como exercem influência nas mudanças nas políticas públicas, como distorcem a imagem dos agentes da autoridade e, por sua vez, a confiança que a sociedade tem nos tribunais e na justiça, assim como as consequências dos meios de comunicação e as fontes de influência. Acabaremos com a análise do papel das novas redes sociais.

Num segundo momento, apresenta-se o estudo empírico realizado explicando os objetivos, hipóteses, metodologia, amostra, instrumentos e os procedimentos para a recolha dos dados, para numa segunda fase analisar os resultados através dos inquéritos aplicados a 221 indivíduos, e posteriormente fazer a discussão dos mesmos em ligação com o objetivo geral e específicos e as hipóteses do estudo, de modo a verificar se existe (ou não) na presente amostra um impacto dos meios de comunicação selecionados na atual sociedade portuguesa.

## CAPÍTULO I – Enquadramento Teórico

### 1. Introdução

Durkheim (1982) assinala que os crimes devem ser entendidos como um fenómeno social, e não como um evento isolado, na qual reflete em normas, valores e sanções dentro de uma sociedade, argumentando que a sua identificação se dá pelo poder de coerção externa que exercem sobre os indivíduos e pela resistência que oferecem a tentativas individuais de violá-las. Neste sentido, os *media* desempenham um papel crucial na construção de uma realidade social sobre o crime e por sua vez influenciando a cultura, a forma de pensar e viver, e ainda os valores de uma sociedade (Gomes, Sardá e Granja, 2022). Neste sentido surge a criminologia mediática que é o estudo das influências dos média e como estes moldam a sociedade, e ainda como influenciam a perceção pública sobre o crime e a justiça. Portanto, podemos observar como existe uma socialização através dos média, onde os canais são fundamentais na transmissão de normas culturais e na formação de opiniões sobre temas sociais, onde naturalmente é incluído o crime. Ou seja, os *media* não apenas informam, mas também moldam ativamente as perceções e crenças individuais e coletivas. Os *media* contribuem para a dramatização e sensacionalização do crime, destacando como a televisão, tem o poder de exagerar a gravidade e a dramaticidade dos eventos, influenciando assim a perceção pública sobre a criminalidade e a justiça através das imagens e sons do crime (Fonticoba, 2015).

Os mesmos meios são as maiores causas da construção de estados de insegurança e pânico moral na sociedade que muitas vezes acabam por não serem estados reais, que não correspondem com o que ouvimos e vemos nestes mesmos meios, com os índices reais de criminalidade (Morales, 2014). Zaffaroni (2023) acrescenta que a questão criminal é amplamente discutida por toda a sociedade, muitas vezes através de juízos assertivos emitidos pelos meios de comunicação de massas. Estes meios, muitas vezes controlados por grandes corporações transnacionais, têm a capacidade de moldar a opinião pública e influenciar políticas criminais, muitas vezes de forma negativa. A criminologia mediática resulta num sistema penal mais duro e violento, leis mais severas e uma maior autonomia policial, levando a um aumento da corrupção e da insegurança.

Estes mesmos meios utilizam determinadas características para transmitir a sua mensagem que causa esses mesmos sentimentos nos indivíduos. Uma dessas características

mais utilizadas é a utilização do sensacionalismo, provocando alarme social e influenciado muitas vezes decisões judiciais sobre determinados crimes só porque existiu uma cobertura mediática por trás (Medranda e Anchundia, 2019). Ao falarmos desta influência dos meios de comunicação na formulação de políticas públicas e na criação de uma opinião pública que é moldada por interesses políticos e financeiros, levanta-se a questão sobre o papel ético que os *media* têm e sobre a necessidade de uma comunicação responsável, na qual não desvirtuem a realidade nem amplifiquem o medo e a insegurança ao crime (Medranda e Anchundia, 2019; Zaffaroni, 2011). De facto, as atuais conceções do crime estão diretamente relacionadas com a forma como os média representam aspetos do sistema de justiça criminal, incluindo os crimes violentos, a atividade policial, as investigações criminais, os processos judiciais de grande visibilidade mediática, a vida no sistema prisional entre outros. As notícias de crime, as redes sociais, as representações exageradas do crime e da justiça, são um campo relativamente novo. As representações do “crime real”, contribuem para uma maior visibilidade da contraposição entre a segurança coletiva e os direitos humanos. Estes meios mediáticos também enfatizam nos discursos do “nós” e “outros” (Gaibor, 2020). Este fenómeno envolve processos complexos de estigmatização e etiquetagem, portanto a criminalidade não é um comportamento intrínseco, mas sim o resultado desse comportamento e como esse é rotulado e processado pelas instituições de controle social (Acosta, 2016).

Como consequência desta transmissão deste fenómeno pelos meios de comunicação, observamos que frequentemente a realidade é distorcida para priorizar certos crimes na sua cobertura mediática, o que leva a uma perceção distorcida da segurança pública (Mantilla, 2018). Mais ainda, estes mesmos meios exploram o sentimento de insegurança e medo ao crime, o que acaba por transformar a vida quotidiana da sociedade e por sua vez as políticas públicas de segurança (Santos e Jimenez, 2019). Compreender essas dinâmicas é crucial para uma abordagem crítica das representações mediáticas do crime e para promover uma discussão informada sobre os impactos dessas representações na sociedade contemporânea. Neste sentido, nós questionamos como os *media* influenciam o modo de pensar das pessoas sobre questões do fenómeno criminal. Ainda nos questionámos como a sociedade reage a este impacto destes meios e se têm um papel determinante na formação da opinião pública.

## **2. Criminologia mediática**

A teoria da criminologia mediática é introduzida por Zaffaroni (2023), na qual o autor explora a influência que os meios de comunicação exercem sobre a percepção social e política do fenômeno criminal da sociedade. Deste modo, a teoria é definida como a construção de uma realidade impulsionada pelos meios de comunicação, caracterizada pela informação, subinformação e desinformação, que convergem em preconceitos e crenças baseando-se numa etiologia criminal simplista ancorada numa causalidade mágica. Em outras palavras, uma pessoa que não estude o fenômeno criminal terá uma visão da questão criminal construída pelos meios de comunicação e, assim, será influenciada pela criminologia mediática. Este processo resulta na construção de um mundo de pessoas decentes em contraste com uma massa de criminosos, identificada por meio de estereótipos que delineiam um "eles" separado do resto da sociedade por serem diferentes e maus (Zaffaroni, 2023). Essa definição é complementada por Sartori, que afirma que os meios de comunicação informam, subinformam e desinformam, selecionando as notícias de acordo com os seus interesses sociais e, assim, amplificando ou minimizando os fatos (Sartori, 1998). A percepção pública do crime é fortemente influenciada pelos meios de comunicação, que não só geram informação, mas também produzem e reproduzem eventos e opiniões (Gomes, 2015).

Essa realidade transmitida pelos meios de comunicação é a principal fonte de informação que a maioria das pessoas conhece, especialmente sobre realidades distantes da sua vida cotidiana, principalmente relacionadas ao crime, à desordem e ao controle (Gomes, Sardá & Granja, 2022). Como afirmam Machado e Santos (2009), os meios de comunicação podem não dizer às pessoas como devem pensar sobre um determinado tópico ou evento, mas definitivamente têm um papel decisivo na definição dos tópicos e eventos que o público deve considerar, por meio da forma como a informação é destacada e representada.

Zaffaroni (2012) observa que o poder da criminologia mediática remonta ao início do século XX, ganhando força e influência ao longo do tempo. Os sociólogos, desde finais do século XIX, já notavam este fenômeno, como evidenciado no caso Dreyfus, onde Gabriel Tarde destacou o poder extorsivo dos jornais e a exploração da credulidade pública (Molinas, 2021). Atualmente, a essência da criminologia mediática reside no seu meio de transmissão, ou seja, a televisão e ainda com maior ênfase nas redes sociais. Esta forma de comunicação, pela sua natureza visual, impacta diretamente a esfera emocional da sociedade. Assim, a criminologia mediática molda uma realidade onde a sociedade é dividida entre "pessoas

decentes" e "criminosos", utilizando estereótipos que reforçam preconceitos e criam um inimigo coletivo que justifica ações punitivas severas (Focas, 2013). Romero e Vergara (2020) afirmam que a criminalidade moderna, é entendida como um fenômeno social de desvio, refere-se ao conjunto de crimes que ocorrem numa sociedade num dado período. Esta definição sublinha a importância de compreender a criminologia mediática como uma ferramenta que molda a opinião pública e influencia diretamente as decisões das agências legislativas e executivas.

Este fenômeno tem como consequência a formação de um estado de paranoia coletiva, caracterizado por promover a percepção de insegurança e pânico moral, levando a população a apoiar políticas de "mão dura" e a relegar outras preocupações sociais em prol da segurança pessoal. Desde a infância, as pessoas são bombardeadas por imagens e mensagens que moldam a sua percepção da realidade e da criminalidade. A televisão, ao glorificar a violência e o consumismo, desempenha um papel crucial na criação de uma narrativa mediática que legitima a punibilidade extrema e a restrição de liberdades em prol da segurança (Fonticoba, 2015) Esta situação é exacerbada pela representação sensacionalista e estereotipada do crime nos meios de comunicação, que muitas vezes omitem dados científicos sobre a criminalidade e reforçam generalizações e preconceitos. Zaffaroni (2023) observa que esta criminologia não se foca nos criminosos evidentes, como assassinos e violadores, mas sim num grupo social mais amplo e estereotipado, muitas vezes jovens e minorias (Acosta, 2016; Almeida, 2020). Para mitigar os efeitos da criminologia mediática, é crucial que os meios de comunicação adotem uma abordagem menos sensacionalista, fornecendo informações mais precisas e equilibradas sobre a criminalidade. Evitar a repetição de notícias, não fomentar estereótipos criminais e reduzir opiniões preconceituosas são passos fundamentais para diminuir a percepção de insegurança e medo na população. A compreensão crítica das representações mediáticas do crime é essencial para formular políticas criminais mais racionais e assegurar que os direitos das vítimas sejam verdadeiramente protegidos, ao invés de serem explorados para fins sensacionalistas e políticos.

A comunicação de massas procura atingir a máxima audiência rapidamente, aumentando assim a sua influência social e a pressão sobre o poder político. Os novos meios digitais permitem formas de comunicação mais segmentadas, o que implica uma transição na forma como se percebe e analisa a criminologia mediática, combinando características da comunicação massiva tradicional com novas dinâmicas digitais. A influência dos meios na

conduta das pessoas, é através de uma exposição constante à televisão na qual limita a capacidade reflexiva e simbólica dos indivíduos, sendo manipulados pelos centros de poder (Rey & Miranda, 2019). Os meios atuam como ferramentas heurísticas que auxiliam na compreensão da realidade criminal, tanto como produto do seu conteúdo como pelo seu papel na construção social, a criminologia mediática não se apresenta apenas como um fenómeno local, mas sim global, onde os interesses financeiros estão por detrás dos meios tendo um papel determinante na forma como se apresentam e percebem os problemas de segurança e criminalidade (Gomes, 2015; Pacheco, 2019; Sánchez, 2014).

A criminologia mediática é um fenómeno crescente que tem uma influência significativa na perceção pública do crime e na atuação das instituições de justiça. De acordo com Abanto (2016), esta problemática é evidente, onde os meios de comunicação exercem uma pressão considerável sobre a população e os operadores de justiça. A maioria das informações recebidas pelo público provém dos meios de comunicação de massa, como jornais, rádio e internet. A qualidade, quantidade e veracidade dessas informações são fundamentais, pois influenciam diretamente a perceção da realidade. Ao transcenderem o seu papel de informadores e assumirem funções quase judiciais, afetam negativamente a reputação das instituições governamentais e fomentam preconceitos na população, provocando uma sensação de insegurança e desconfiança nas instituições. Zaffaroni (2023) destaca que a criminologia mediática resulta em maior violência do sistema penal, leis penais mais severas, maior autonomia policial e uma redução da eficácia dos juízes, contribuindo para um ciclo de violência e criminalidade amplificado pelos próprios meios de comunicação. A criminologia mediática se distingue pela habilidade de moldar a opinião pública através de discursos permeados por um senso comum prejudicial (Basualdo, 2015), outros autores distinguem que os meios constroem uma realidade criminal simplista que estigmatiza o denunciado e polariza a sociedade entre "bons" e "maus" (Orriaga, 2019).

Em suma, a criminologia mediática, alimentada por políticos, comentaristas e meios de comunicação, contribui para a estigmatização dos indivíduos e a ampliação do sistema penal, sem resolver os problemas estruturais que originam a criminalidade (Zaffaroni, 2023).

### **a. Medo ao crime**

A desconfiança do público em relação às instituições judiciais e policiais leva à resistência a denunciar crimes, fornecer informações e prestar depoimentos. Esse círculo vicioso não só prejudica a elucidação dos crimes, mas também degrada a imagem do Estado, intensificando o descrédito popular (Zaffaroni, 2023). A criminologia mediática muitas vezes oscila entre culpar as garantias penais pelo fracasso na segurança e apontar a corrupção ou ineficácia policial. A criação de um "mundo paranoico" pela mídia se alimenta da insegurança existencial resultante do desmantelamento do estado de bem-estar, o que, por sua vez, promove atitudes discriminatórias e xenófobas. A criminologia se distanciou dos estudos psicológicos e sociológicos que abordam a dimensão subjetiva da criminalidade, em particular o medo do crime. Este afastamento deve-se à crise do positivismo científico na década de 1960, quando a criminologia abandonou as explicações causais do comportamento criminal e inclinou-se para a crítica dos métodos e objetivos dos tratamentos médicos e psicológicos dos delinquentes (Santos & Jiménez, 2019).

Nesse sentido, surge o conceito de que o medo do crime é descrito por Bauman (2006) como a sensação de uma pessoa em ser vítima de um crime. No entanto, esse medo é construído socialmente, ou seja, é a sociedade quem determina a sua intensidade e importância (Bauman, *cit. in* Gaibor, 2020). O medo altera assim a conduta e estilo de vida das pessoas, influenciando as suas opiniões e relações sociais (Abanto, 2016). Gaibor (2020) acrescenta que o medo é uma experiência comum a todos os seres humanos e pode se manifestar como uma resposta imediata a uma ameaça ou como um medo condicionado social e culturalmente, que persiste mesmo na ausência de uma ameaça imediata.

Podemos dividir, assim, o medo do crime, em medo original e medo derivativo. O medo original é aquele que surge em resposta a estímulos reais, ou seja, quando realmente estamos diante de uma ameaça de sermos vítimas. Já o medo derivativo é construído socialmente e não necessariamente há uma ameaça real, mas reagimos a ele com a mesma intensidade do medo original, ou seja, é caracterizado por uma sensação de insegurança e vulnerabilidade, pode ser autopropulsor, influenciando continuamente a conduta humana (Bauman, *cit. in* Manilla, 2018; Gaibor, 2020). Costa e Duarte (2022) acrescentam ainda que o medo do crime é uma forma particular de ansiedade provocada pela percepção de risco de vitimização criminal. Essa ansiedade pode ser desencadeada tanto por ameaças reais quanto por crenças e representações sociais sobre o crime. Os efeitos desse medo são amplos,

incluindo consequências psicológicas negativas, restrições comportamentais, e impacto económico e político, levando a discursos punitivos e políticas públicas mais rígidas.

Esse tipo de medo é impulsionado pela criminologia mediática, pois não está relacionado às experiências pessoais do indivíduo, mas pode causar mudanças significativas na sua vida pessoal (Santos & Jiménez, 2019). O medo gerado pela criminologia mediática impacta diretamente a população, gerando pressão sobre as instituições e exigindo uma segurança que o Estado é incapaz de fornecer. A percepção pública de segurança e insegurança é moldada em grande parte pelo material difundido pelos meios de comunicação, que estrategicamente transmitem notícias em horários de maior audiência, homogeneizando as percepções do público sobre criminalidade (Abanto, 2016). Gomes (2015) e Moro (2015) apontam que esse tipo de medo é muitas vezes distorcido e canalizado por interesses políticos e financeiros, influenciando a percepção pública de segurança e a resposta das autoridades.

A criminologia do controlo, uma das perspetivas que emergiram, foca-se nas consequências do crime, no impacto nas vítimas e nos recursos para prevenir futuras vitimizações, deixando de lado a dimensão subjetiva da criminalidade. Esta perspetiva utiliza inquéritos de vitimização para entender a cifra negra dos crimes e as razões pelas quais não são denunciados, assim como para identificar características associadas à vitimização. Embora o 'medo do crime' não tenha sido um foco direto para muitos criminólogos do controlo, tornou-se um objetivo para as agências governamentais e policiais devido ao escasso sucesso na redução do crime. Algumas medidas policiais, embora falhem em reduzir as taxas de crime, podem ser bem-sucedidas em diminuir os níveis de medo e insegurança (Garland, 2019). O medo do crime é uma resposta emocional e prática face ao crime e à desordem, influenciada por discursos sociais e experiências situacionais. Muitos inquéritos não consideram adequadamente a 'reflexividade hermenêutica', fundamental para entender a construção do medo na experiência quotidiana. O medo do crime deve ser entendido como uma resposta emocional e física específica a eventos problemáticos, influenciados por narrativas e imagens mediadas que representam o medo nas subjetividades individuais (Garland, 2019).

## **b. Sentimento de insegurança**

O sentimento de insegurança é um fenómeno complexo e multifacetado, profundamente influenciado pela percepção do ambiente, mais do que por experiências pessoais diretas (Kessler, 2009). Segundo Focas (2013), este sentimento configura-se como uma espécie de antecipação de um perigo percebido, destacando a sua natureza predominantemente perceptiva. Neste sentido o sentimento de insegurança é o resultado de uma construção social de uma ideia na qual a percepção de medo sobre algo objetivo, como ser vítima de um crime, é transformado numa angústia indeterminada. É dessa forma que os níveis de insegurança se tornam alarmantes, pois respondem a percepções e não a dados reais. Essa insegurança é resultado de um sentimento de impotência por querer ter um controle total e de raiva (Mantilla, 2018).

A insegurança, deste modo, decompõe-se em duas dimensões, uma objetiva e outra subjetiva. A dimensão objetiva refere-se às taxas de delitos calculados com base em denúncias efetivas e inquéritos de vitimação, que incluem tanto os factos denunciados como os não denunciados, ou seja, este sentimento de insegurança evoluiu com uma autonomia relativa em relação às taxas reais de criminalidade, mostrando um crescimento constante (Morales, 2014). Por outro lado, a dimensão subjetiva abrange o grau de medo e outros sentimentos expressos pelos indivíduos, medidos em diferentes inquéritos que fazem parte das medições oficiais de vitimação (Focas & Kessler, 2015). Assim, a insegurança não abrange apenas a violência e a criminalidade em si, mas também aparece como um processo sociocultural que reflete as transformações sociais, culturais e políticas relacionadas com um aumento da violência e do crime (Kessler, 2009).

Kessler (2009) explica que a formação do sentimento de insegurança enquanto fenómeno coletivo é fruto de um processo complexo que envolve a generalização indutiva a partir de casos individuais e uma cultura afetiva ou emocional. Este sentimento não se explica apenas por processos pessoais, mas também dentro de uma comparação com um passado percebido como mais seguro. A dimensão comparativa do sentimento de insegurança manifesta-se em expressões comuns que sugerem uma percepção de deterioração na segurança ao longo do tempo (Mantilla, 2018).

A influência dos meios de comunicação na construção do sentimento de insegurança é indiscutível. Apesar de não serem totalmente responsáveis, os meios desempenham um papel significativo ao amplificar o sentimento público. Com taxas de crime elevadas e baixa

confiança em instituições como a justiça e a polícia, o sentimento negativo ao crime continua a dominar a agenda pública e mediática (Focas & Kessler, 2015). Isto reflete-se no facto de que a insegurança e o crime urbano são temas destacados na opinião pública, onde os meios de comunicação têm um papel crucial na definição da insegurança como um problema público persistente (Focas & Galar, 2016).

### **c. Teoria do Pânico Moral**

A teoria do pânico moral tem as suas origens no campo da sociologia do desvio e do etiquetamento (Morales, 2014). A noção de pânico moral foi primeiramente delineada por Stanley Cohen no seu estudo clássico de 1972, no qual a define como um processo social na qual é identificado um evento como uma ameaça e por sua vez é apontado um inimigo que é constituído como um perigo para a vida em sociedade, reações sociais exageradas e desproporcionais a certas condutas percebidas como ameaçadoras. Esses eventos são apresentados de maneira estilizada e estereotipada pelos meios de comunicação de massas (Garland, 2019).

Este pânico moral caracteriza-se por representar uma preocupação acerca de uma potencial ou imaginária ameaça, pela existência de hostilidade contra aqueles que devem proteger a sociedade e não o fazem, também existir um consenso de que a ameaça é existente e que esta deve-se combater, ainda deve ser desproporcional, exagerado na magnitude dos crimes, e por fim a volatilidade, ou seja, quando este explode e o faz sem prévio aviso. Os pânicos morais variam em intensidade, duração e impacto social. Alguns episódios são menores e passageiros, enquanto outros têm efeitos mais duradouros e podem provocar mudanças significativas na sociedade. Exemplos incluem os pânicos de drogas e clamores sobre abusos infantis (Mantilla, 2018). Finalmente, a noção de “negação”, tal como discutida por Cohen (2011), também é relevante para entender a dinâmica dos pânicos morais. A negação pode ser literal, interpretativa ou implicatória, e está associada às reações sociais inadequadas ou exageradas aos eventos desviantes.

As causas e efeitos desses pânicos morais podem ser desencadeados por várias condições como a existência de meios de comunicação sensacionalista que enfatizam esses pânicos, a descoberta de novas formas de desvios, a descoberta de grupos marginalizados que por sua vez devem ser estereotipados, e por fim uma audiência pública já sensibilizada. Os pânicos morais tendem a emergir durante transições na ordem social, económica e moral da

sociedade, quando há ameaças às hierarquias existentes e competições de status. Esses eventos podem ter um impacto significativo nas políticas legais e sociais, resultando em maior controle social e, às vezes, em políticas mais coercitivas (Hall et al., 1978).

Relacionando os pânicos morais com os *media*, Kessler (2009) afirma que os *media* desenvolvem um papel fundamental na construção destes mesmos. Em primeiro lugar porque procuram fenómenos que tenha continuidade e que geram uma reação social importante (o caso do terrorismo no século XXI), por outro lado, que se tenha um inimigo adequado e proporcionalmente uma vítima correta (vítima-herói), e por fim que não se trate de um problema isolado, mas sim um que envolve toda a sociedade. Os meios de comunicação desempenham um papel crucial na amplificação dos pânicos morais uma vez que a média comercial tem uma "necessidade institucional de criar pânicos morais" para gerar notícias e apelar à imaginação e preocupação dos seus leitores. Esses pânicos envolvem uma desaprovação ansiosa de ameaças morais, que são frequentemente moldadas e amplificadas pela cobertura mediática.

Os pânicos morais tendem a surgir durante transições na ordem social, económica e moral de uma sociedade. Eles frequentemente envolvem um grupo marginalizado, que é demonizado pela *media*, levando a uma reação social ampla e uníssona. Young (1971), destacava já a importância da reação da social na propagação de fenómenos desviantes e o papel crucial dos meios de comunicação neste processo (Kostenwein, 2019). A média possui uma “necessidade institucional de criar pânicos morais”, ventilando indignação pública e engendrando pânicos visando gerar notícias e apelar à imaginação dos leitores (Garland, 2019). Os pânicos morais também podem ser entendidos como uma forma de consciencialização ideológica e, como apontam Hall et al. (1978) em "Policing the Crisis", esses episódios frequentemente resultam em medidas coercitivas por parte do Estado, legitimadas pela reação pública a um “mais do que comum” exercício de controle. Além disso, os pânicos morais frequentemente refletem ansiedades coletivas e deslocadas políticas de relações de grupo e competições de status (Cohen, 2011). Eles são, em parte, alimentados pela existência de uns *meios de comunicação social* sensacionalistas e pela descoberta de novas formas de desvio, ou a demonização de grupos já marginalizados. Esses episódios são amplificados pela média, que molda a percepção pública e amplifica o desvio original (Gomes, 2015).

### 3. Distorção da realidade

O crime constitui um movimento de ruptura com a ordem social, impondo descontinuidades à previsibilidade da vida quotidiana. As atuais concepções do crime estão sobretudo associadas à forma como os *media* representam as falhas do sistema de justiça criminal, incluindo crimes violentos, a atividade policial, as investigações criminais, os processos judiciais de grande visibilidade, a vida prisional, entre outros. Essa representação impacta a percepção pública sobre como os *media* alimentam a violência e os crimes (Gomes, Sardá & Granja, 2022).

Essa representação dos crimes nos *média* é conhecida como "mercadorização", referindo-se ao fato de que essas notícias são criadas apenas para consumo e entretenimento, não contribuindo de forma educativa para a sociedade. Do ponto de vista econômico, essa abordagem é altamente lucrativa, mesmo que as informações transmitidas não sejam totalmente precisas ou sejam dramatizadas. Isso inclui a forma como os *media* relatam as histórias dos "delinquentes" e das suas respectivas vítimas, sendo acompanhadas de sentimentos. Isso acaba por gerar estereótipos e mitos sobre o crime, envolvendo questões ideológicas, decerto e errado, moralidade, realização social e estrutura social (Gomes, 2015).

Surette (1998) adiciona três possíveis explicações para o motivo pelo qual os *media* falam sobre determinados crimes. Primeiro, as notícias sobre crime têm uma função social positiva ao definir os limites do comportamento social aceitável, dissuadir os infratores, proteger as potenciais vítimas e fornecer vigilância sobre o crime. Em segundo lugar, o crime é uma questão social importante, e as notícias sobre crime são feitas para refletir o mundo em que vivemos. Por último, as notícias sobre crime aumentam a circulação e têm valor de entretenimento para as empresas de *media*. O problema das notícias sobre o crime não está no facto de serem divulgadas, mas sim na frequência com que estas são veiculadas, exagerando a relevância que as mesmas têm na vida das pessoas, tanto pela forma como pelo conteúdo com que são apresentadas (Gomes, 2015).

Os meios de comunicação, atuam como ferramentas para manter a sociedade a par do que acontece no mundo, estes distorcem a seu favor as notícias que escolhem e acabam por priorizar certos conteúdos em detrimento de outros, destacando certos argumentos e atribuindo-lhes maior protagonismo. A notícia policial é construída a partir de um anúncio do acontecimento, seguido de uma dramatização do acontecimento e de uma identificação do criminoso, o que altera a realidade e gera um medo exagerado do crime. Isto é intensificado

pela utilização de linguagem emocional e sensacionalista, que prejudica negativamente o bem-estar das pessoas e promove uma percepção desproporcionada do crime (Rodrigues, 2017).

Tal influencia diretamente a hierarquização e a valorização que as audiências, consciente ou inconscientemente, fazem sobre diferentes acontecimentos. Nesse sentido, os meios legitimam propostas punitivas de lei e ordem que o Estado impulsiona através do poder legislativo e judicial, reforçando assim um ciclo de controle e vigilância (Pacheco, 2019). Deste modo a representação mediática do crime passou por uma transição tanto quantitativa quanto qualitativa nos meios gráficos e audiovisuais. A tradicional notícia policial evoluiu para a "notícia de insegurança", adquirindo características como a generalização (todos estamos sempre em risco em qualquer lugar), fragmentação (relatos episódicos sem contexto ou causas gerais), e centralidade crescente nas vítimas. Isso resultou num debate sobre criminalidade com forte carga emocional, focando no delinquente jovem, masculino e pobre, e apelando para “ondas de crime” que, apesar do impacto mediático, não mostram variações significativas quando confrontadas com dados objetivos (Focas e Kessler, 2015). E como consequência os *media* utilizam para distorcer a realidade em benefício próprio, a utilização de estatísticas. Os meios de comunicação social mostram um mapa dos eventos criminais que difere em muitos aspetos das estatísticas oficiais do crime. Por exemplo, crimes mais violentos são exibidos com mais destaque em comparação com outros tipos de crimes, criando a falsa sensação de que o crime está aumentando (Gomes, 2015). Nesse sentido, as narrativas construídas nos média tendem a incentivar o envolvimento da sociedade, muitas vezes levando a desaprovação, exagero e alarme (Monteiro, 2011). Outro fator utilizado para distorcer essa realidade é a repetição exagerada dos mesmos crimes. Zaffaroni (2023) observa que quando não há homicídios diários para reportar, as notícias repetem eventos passados. Ele critica a criação de uma realidade baseada em pensamentos mágicos disfarçados de ciência através da opinião de especialistas, enquanto os meios de comunicação, motivados por interesses econômicos e políticos, instalam um mundo paranoico, enfatizando nos aumentos dramáticos e repentinos em crimes, independentemente do que avaliações mais realistas sugerem (Garland, 2019).

A forma como os meios distorcem a realidade e a construção de percepções é um tema crucial no estudo das consequências dos meios de comunicação. A forma como a informação é apresentada ao público pode influenciar profundamente a maneira como se percebe o

mundo, muitas vezes criando uma imagem mais negativa e temerosa da realidade. Moro (2015), descreve-a como a "cultura do medo", onde as notícias expõem constantemente a audiência a grandes doses de violência, violação de direitos fundamentais e sofrimento. Esta interpretação descontextualizada de factos e eventos cria um sentimento de insegurança, onde assaltos, violações e homicídios são reproduzidos continuamente nas nossas casas. Os noticiários colocam muito mais ênfase nos atos delituosos, criando imagens próximas e constantes que procuram impactar e atrair a audiência. Esta informação, muitas vezes é manipulada por diversos interesses, tornando-se num produto de consumo, oferecendo descrições construídas através de uma lente não objetiva (Rodrigues, 2017). As novas tecnologias e meios de comunicação não só distorcem a perceção do crime, como também educam as emoções do público. Esta emotividade e sensacionalismo são estratégias para provocar uma resposta emocional intensa, criando agitação coletiva e explorar fatores de ansiedade e medo através da dramatização e exploração das tragédias humanas para aumentar as audiências (Morales, 2014) escondendo aquelas que não são afins aos seus objetivos comerciais, através da seleção, hierarquização e manipulação da informação. Ao escolher uns conteúdos e não outros, e ao destacar certos argumentos, os meios influenciam a hierarquização e a valorização que as audiências fazem sobre os diferentes eventos. Estas mensagens, carregadas de significados e convertidas em agentes de controle social, condicionam e dirigem políticas sociais e criminais que afetam diretamente a convivência humana (Moro, 2015; Pacheco, 2019).

Como consequência a televisão, em particular, mostra este tipo de imagens diariamente, utilizando o seu poder para comunicar através de imagens impactantes. Os meios também constroem a imagem estigmatizada do agressor, do "outro", e contribuem para fazer crer que as únicas vítimas dos delitos são as classes sociais média ou alta (Tavanoška, 2015). Isto faz com que o terror ao crime se torne algo impossível de evitar devido ao enfoque unilateral das notícias, que geralmente mostram apenas uma face da moeda. Este tipo de cobertura mediática não só simplifica a complexidade dos eventos, mas também contribui para uma visão distorcida e alarmista do mundo (Gaibor, 2020), criando olas de desinformação e pressão sobre as autoridades judiciais tudo para demandar respostas mais duras para com a delinquência (Abanto, 2016).

Ainda podemos fazer referência de como os meios de comunicação distorcem a realidade através da imagem do "outro". Aos média esta construção de alguém que não faz

parte da sociedade é eficaz em primeiro lugar porque este “outro” é um desconhecido, uma figura distante com quem poucos tiveram contacto direto; segundo, a rapidez e a violência com que se ataca o "outro" impedem qualquer possibilidade de reverter as percepções iniciais geradas. Este fenómeno pode ser observado na televisão, que frequentemente mostra cenas de crimes focando-se no sangue ou nos corpos crivados de balas, bem como na dor das vítimas e dos seus familiares o que faz com que a sociedade queira que este ser que não faz parte de uma sociedade de bem seja “eliminado” (Gaibor, 2020), promovendo a ideia de punição severa como solução para a insegurança. A criminologia mediática, portanto, tanto causa quanto resulta de uma seletividade institucional que perpetua estigmas e reforça um poder punitivo baseado em preconceitos sociais (Basualdo, 2015).

Essa sobre representação dos crimes tem se tornado cada vez mais intensa, o que acaba levando com que os cidadãos não se sintam seguros, tenham a percepção de que o crime está aumentando e, como consequência, percam a confiança nas instituições que deveriam proteger e governar a ordem social (Gomes, 2015). Lippmann (1922) definiu esse fenómeno como o "pseudo-ambiente", correspondendo à realidade estereotipada apresentada pelos média, que não é a realidade em si, mas a realidade transmitida ao público e a realidade que o público percebe como sendo "real".

Devido à ação dos meios de comunicação, o mundo tornou-se um lugar mais inseguro do que realmente é. Este "síndrome do mundo mau" implica acreditar que o mundo é mais violento e perigoso do que realmente é, uma percepção alimentada pela forma como a informação chega às pessoas. A televisão, em particular, alimenta um sentido de vitimização e dependência, fazendo com que os telespectadores angustiados continuem a consumir informação sensacionalista (Gaibor, 2020), através de discursos vingativos e estereótipos criminais, repetindo notícias violentas e gerando uma sensação de insegurança desproporcional à realidade, que pode influenciar a promulgação de leis penais desnecessárias e aumentar a população carcerária, sem reduzir a vitimização (Acosta, 2016).

A cobertura mediática atualmente visa mais o consumo e entretenimento do que a educação cívica (Gomes, 2015). Como consequências graves por parte desta distorção, é que criam uma realidade fictícia que gera desinformação e pressão sobre o sistema de justiça, contribuindo para uma sensação de impunidade e demandas por respostas legislativas mais rígidas (Abanto, 2016; Kostenwein, 2019). A sociedade demanda mais segurança e, conseqüentemente, articula outros pedidos que, embora autónomos, estão ligados a essa

demanda (por exemplo, mais polícia, penas mais altas, etc.) (Tavanoska, 2015). Promessas que os políticos cumprem aumentando o castigo para delinquentes, estrangeiros e outros grupos marginalizados. Esta dinâmica não responde apenas a um medo real ou percebido, mas é também exacerbada pela cobertura mediática (Moro, 2015).

É importante então gerar consciência sobre as contradições no uso de notícias sobre violência ou crime, pois estas contradições procuram gerar temor social. Os meios são responsáveis por criar um clima de medo urbano, expresso na sensação de vulnerabilidade da população. A programação violenta e focada na difusão de crimes faz com que os cidadãos pensem na segurança apenas em termos físicos e patrimoniais. A linguagem utilizada pelos meios, através da psicologia social, manipula o recetor massivo para sobre dimensionar a percepção do aumento de crimes e violência. Esta avaliação dos meios indica um forte viés no seu conteúdo, com a intenção de gerar ou aprofundar o temor coletivo (Tavanoska, 2015).

#### **4. Percepção da Criminalidade**

O crime atrai a atenção mediática que por sua vez atrai a atenção de um público-alvo, devido a uma preocupação mais ampla sobre a desordem social, sendo vista em termos de moralidade e hierarquia social. A função heurística dos média na compreensão do crime e da justiça, ou seja, as *media* não apenas reflete, mas também influencia a nossa percepção dos eventos criminosos, servindo tanto como uma representação quanto como uma plataforma para atividades violentas e criminosas (Gaibor, 2020; Gomes, Sardá & Granja, 2022).

As notícias de crime divulgadas pelos média contribuem para uma autopromoção, uma vez que o combate ao crime é um domínio de produção e consumo em massa. Isso já aconteceu em casos famosos, como o de Maddie, no qual os meios de comunicação de massa deram ênfase e mobilizaram centenas de jornalistas, devido à sua natureza aterradora. Esse caso gerou tensões entre diferentes países, potencializando o dramatismo e questionando as instituições públicas de Portugal (Machado & Santos, 2008). Esse caso é um claro exemplo da influência que os meios de comunicação têm na percepção do crime, pois eles próprios criam narrativas da realidade relacionadas ao crime, sistema judicial e ordem social. Atualmente, o mundo digital e o uso das redes sociais têm modificado e enfatizado a forma como observamos e vivenciamos o crime (Machado & Santos, 2009).

Nesse sentido, devemos questionar por que os meios de comunicação utilizam essas notícias considerando o seu valor e importância. Traquina (1997) destaca nove critérios que

atribuem relevância a uma notícia e levam à sua disseminação. Primeiramente, o critério da morte, ou seja, notícias sobre homicídios são mais divulgadas do que crimes menos violentos, uma vez que representam o lado negativo da sociedade. Em segundo lugar, o critério da notoriedade, que se refere ao envolvimento de indivíduos conhecidos ou com importância hierárquica, conferindo maior valor noticioso à ocorrência. Em terceiro lugar, o critério da proximidade, que indica que quanto mais próximo geograficamente ou culturalmente o evento ocorrer, maior será a possibilidade de seleção e difusão. Outro critério é a relevância, que se refere à importância e ao impacto que um determinado evento pode ter na vida das pessoas, ou seja, eventos que possam influenciar a sociedade. O critério da novidade também é considerado, pois eventos recentes e novos recebem maior valor noticioso. O critério do tempo pode ser visto em forma de atualidade, efemeridade ou ritmo. Além disso, há o critério da notabilidade, quando a notícia possui visibilidade. Outro aspecto é o do conflito/controvérsia, no qual a presença de violência confere maior valor noticioso, pois representa uma ruptura com o que é considerado normal, estando diretamente relacionado com infração, violação e transgressão de regras. Por fim, temos o critério da novidade, que busca sempre o que há de novo, pois é necessário haver algo novo para se falar (Traquina, 1997).

Ao utilizar esses critérios, os *media* selecionam as notícias que são mais relevantes para transmitir seu discurso e, assim, influenciam a sociedade. Na realidade social, isso é conhecido como "cultivation analyst". Onde a cobertura dos média tende a refletir e promover os valores sociais e políticos do status quo (Gomes, 2015). Os média moldam a realidade objetiva, escolhendo quais eventos destacar e como apresentá-los, esta construção é majoritariamente influenciada e pode gerar percepções distorcidas da criminalidade e aumentar a sensação de insegurança pública (Almeida, 2020). Os média tendem a cobrir notícias de crimes com uma abordagem imediatista e sensacionalista, focando na novidade e simplificação os eventos. Essas coberturas frequentemente omitem contextos sociais e políticos mais amplos, fragmentando a narrativa e destacando aspectos emocionais para gerar identificação e buscar culpados (Fonticoba, 2015).

Como consequência dessa abordagem, há uma sobre representação de determinados crimes e grupos. Os média são responsáveis pela manipulação e alimentação dos medos do público em relação a alguns crimes, embora não sejam os únicos responsáveis por induzir o medo do crime. Outros fatores, como ter sido vítima anteriormente, o risco de vitimização, as condições ambientais, a etnicidade e até mesmo os contactos prévios com as autoridades

policiais ou o sistema de justiça, também influenciam a ansiedade pública em relação ao crime (Gomes, 2015).

Outro efeito é que a consciência coletiva representa a moral de uma sociedade, orienta as ações e julga os atos de cada indivíduo como ser individual, controla a conduta e reprova a imoralidade e o ato criminoso (Monteiro, 2011). No entanto, essa consciência coletiva é influenciada pelos discursos utilizados pelos média, ou seja, é influenciada pela criminologia mediática através de estratégias discursivas reforçando estereótipos de determinados grupos sociais, reforçando também as limitações na segurança da cidade (Manchado & Moressi, 2017). Estas estratégias servem para alimentar a emoção e a sensibilidade dos espetadores na qual se faz denotar a importância de incorporar sentimentos nas análises mediáticas, pois eles são essenciais para compreender os processos sociais e a produção cultural e desta forma criar sentimentos de empatia ou repulsa para com os envolvidos no ato criminal, permitindo um envolvimento emocional que reconfigura a percepção pública de segurança (Morales, 2014).

### **a. Percepção pública vs percepção individual**

As notícias sobre o crime contribuem para a criação de um clima de temor ao explorar a ideia de incerteza e insegurança. A ferramenta principal utilizada é a generalização, que promove a percepção de que "todos estamos sempre em perigo". Esse efeito é intensificado pelas narrativas em torno de fatos violentos, que constroem um horizonte semântico uniforme de ameaça constante (Focas, 2013). A negatividade inerente às notícias de crimes permite à sociedade estabelecer um consenso sobre o que é considerado mau e bom. O crime, ao revelar a possibilidade de transgressão e a falta de controle, ameaça a harmonia social desejada, despertando curiosidade e interesse devido à sua natureza transgressora (Rodrigues, 2017).

Costa e Duarte (2022) introduzem duas perspetivas para explicar como as características do público moderam a influência do consumo de média sobre o medo do crime. A perspetiva da ressonância sugere que as mensagens da média são mais impactantes quando refletem as experiências dos espetadores, especialmente aqueles que vivem em áreas de alta vitimização. Em contrapartida, a perspetiva da substituição indica que a média exerce maior influência sobre indivíduos com pouca ou nenhuma experiência direta com a criminalidade, geralmente residentes de áreas mais seguras e privilegiadas. Estudos mostram que variáveis demográficas significativas mediam a relação entre a exposição à *media* e o

medo do crime. Os próprios *media* não só refletem, mas também consolidam uma moral e uma ideologia dominante, adaptando as suas representações de crime às audiências e reproduzindo a ordem estabelecida. A cobertura mediática transforma a criminalidade em dramas "comercializados", destinados ao entretenimento, distorcendo a função idealizada dos meios de comunicação como fontes de informação e educação pública (Machado e Santos, 2009).

Outro mecanismo de controle na formação da opinião pública é o populismo mediático sugerindo que a exposição contínua a retratos delitivos distorcidos alimenta sentimentos de insegurança e medo. Essa construção de uma realidade social baseada numa lógica binária e antidemocrática influencia o debate público e a elaboração de legislações penais (Almeida, 2020). A exposição repetitiva a notícias de assassinatos e assaltos pode levar os espetadores a acreditarem que vivem numa sociedade cercada por criminosos, contribuindo para o desenvolvimento de um imaginário social de medo específico ao crime televisado (Moro, 2015). Neste sentido tem de existir a necessidade de uma educação mediática que capacite os indivíduos a realizar análises críticas e reflexivas dos meios de comunicação. A exposição mediática a delitos violentos constrói uma opinião pública sobre a criminalidade que reforça as perceções de medo e insegurança e por sua vez estereótipos negativos sobre determinados grupos sociais (Pacheco, 2019).

## **b. Fatores que influenciam e moldam**

Os meios de comunicação são fundamentais nas sociedades contemporâneas, sendo necessário investigar exhaustivamente as suas representações (Gomes, Sardá & Granja, 2022) *media* não apenas informa, mas também atua como um poderoso agente de controle social e construção da realidade. A cobertura mediática do crime atual, por exemplo, está diretamente relacionada ao medo que a população sente em relação a esses crimes (Gomes, 2015). Surette (1998) identifica cinco formas de influência mediática sobre a perceção do crime pelas quais os *media* utilizam:

1. **Substituição:** Pessoas sem fontes alternativas de conhecimento dependem da informação dos meios de comunicação.
2. **Repercussão:** Pessoas com experiência de vitimização que corroboram a informação mediática.

3. **Vulnerabilidade:** Pessoas menos capazes de prevenir a vitimização são mais facilmente assustadas pela mídia.
4. **Afinidade:** Pessoas com semelhanças demográficas com vítimas de crimes tornam-se mais receosas.
5. **Efeito Máximo:** Pessoas já com altos níveis de medo são menos influenciadas pela mídia.

Gaibor (2020) ainda acrescenta outra forma de influência que os *media* aplicam é que tende a empregar um discurso carregado de dramatização e emocionalidade ao narrar os crimes, na qual personalizam os acontecimentos, que por sua vez sugere que o relato criminal reflete os temores e anseios sociais, mobilizando o sentimento social. A notícia é um processo de seleção que privilegia o excepcional e o violento, criando uma realidade particular consumida pelo público, na qual a informação como, por exemplo a televisiva é limitada, focando em eventos dramáticos e emocionais, o que distorce a compreensão do problema real (Sartori, 1998).

A cobertura mediática acaba por dar à sociedade uma sensação de desproteção e insegurança, utilizando técnicas como a “seriação” de eventos, que liga incidentes semelhantes para criar uma narrativa contínua de perigo (Focas, 2013; Zaffaroni, 2023). Deste modo temos de falar sobre o "efeito *framing*", que molda as atitudes e crenças das pessoas sobre as causas do crime e os responsáveis por sua resolução (Focas & Kessler, 2015) tudo através de narrativas sensacionalistas que exacerbam medos sociais (Hernandez, 2015; Kostenwein, 2019).

Neste sentido podemos estabelecer que existe uma relação simbiótica entre crime e jornalismo, enfatizando que os meios de comunicação preferem quantidade à qualidade na cobertura de crimes, o que varia o medo do crime entre os leitores. A amplificação seletiva de certos tipos de crime pode gerar pânico moral (Cohen, 2011), criando uma percepção distorcida da realidade (Rodrigues, 2017). Focando essencialmente em narrativas dramáticas e violentas, influenciando a percepção pública sobre a criminalidade (Machado & Santos, 2009) amplificando o medo e a paranoia (Acosta, 2016) através de imagens videográficas ou fotográficas com que fazem que se substitua a palavra, promovendo uma compreensão superficial da realidade. A sociedade de massas passou a pensar por imagens, e a superficialidade mediática substituiu o conhecimento profundo pela aparência (Kruger, 2014).

### **c. Impacto dos meios de comunicação na opinião pública**

A influência dos meios de comunicação na opinião pública, especialmente no que diz respeito à percepção do crime e da insegurança apesar do público não ser totalmente passivo, a *media* desempenha um papel crucial na definição dos tópicos e eventos que merecem atenção pública, destacando e representando informações de maneira específica (Gomes, Sardá & Granja, 2022). Um exemplo claro é o papel central da televisão na construção de um ambiente de incerteza social, funcionando como uma forma significativa de vitimização indireta. A mídia solidifica a percepção da insegurança através de práticas de prevenção ao crime e outras ações que influenciam o pensamento coletivo (Focas, 2013). Este paradoxo da mídia na construção do medo e combate ao crime, resultando num ciclo onde a percepção do crime é construída e perpetuada pela própria cobertura mediática (Surette, 1998).

A *media* frequentemente explora histórias de crimes com grande carga dramática e emocional, elegendo heróis e vilões e promovendo uma visão de restauração da ordem e justiça. Esse processo está ideologicamente carregado e contribui para a construção de uma função social de controle e pode intensificar a violência ao focar em riscos específicos e gerar pânico moral para alinhar os seus próprios interesses políticos e emocionais (Garlan, 2019), ao invés de promover uma análise racional e preventiva dos riscos reais (Zaffaroni, 2023).

Outro impacto destes mesmos meios é como tem a capacidade de transformar problemas privados em problemas públicos através da construção de "dramas públicos", que mobilizam a opinião pública e pressionam por medidas de apaziguamento da consciência coletiva (Machado & Santos, 2009), na qual enfatizam na repetição de informações e isso causa que a mídia seja a fonte mais poderosa na formação de correntes de opinião. Este fenómeno pode impor não apenas opiniões, mas também modos específicos de sentir e reagir aos eventos (Almeida, 2020; Rey & Miranda, 2019). A contradição da televisão, que ao mesmo tempo denuncia a violência urbana e educa as novas gerações com conteúdo violento, reforça a criminalidade que lamenta (Abanto, 2016; Fonticoba, 2015), influenciado por uma política de mercado, na qual pode criar ou destruir expectativas e direitos conforme a sua necessidade de comercialização, impactando diretamente na opinião pública e no comportamento social (Moro, 2015).

Para poder para com o impacto negativo de estes meios devemos fazer intervenções preventivas em três níveis: primária, secundária e terciária, cada uma voltada para diferentes etapas e perfis de risco, destacando a importância de estratégias bem definidas na prevenção

do crime (Hernández, 2016), tudo para não replicar nos estereótipos e narrativas que contribuem para a estigmatização e exclusão social de determinados grupos, influenciando a opinião pública e legitimando políticas punitivas (Mantilla, 2018; Tavanoška, 2015).

#### **d. Conflitos entre a realidade e o transmitido nos *media***

O conflito entre a realidade e o que é transmitido pelos média é um tema complexo, os *media* constroem socialmente o fenômeno da criminalidade através de discursos sensacionalistas, a generalização, repetição sistemática de notícias violentas, a sensibilização do espectador, a visualização de eventos violentos, os estereótipos criminais, o desconhecimento e preconceitos por parte dos jornalistas (Molinas, 2021) criando uma sensação de insegurança exagerada na população, que não corresponde necessariamente aos reais riscos sociais (Rey & Miranda, 2019). O sensacionalismo podemos considerar como o maior conflito que existe com a realidade perpetuando uma visão negativa dos setores populares e contribuindo para um ciclo de representação negativa que histórica e culturalmente marginalizada certos grupos (Morales, 2014).

Como consequência desse conflito os *media* estabeleceram-se como os máximos representantes de como é vista a sociedade através de que escolhe e produz informações com base no que é considerado relevante para o público, muitas vezes focando em eventos violentos e imprevisíveis que rompem com a ordem social. Essa seleção não apenas informa, mas também entretém, cria um ambiente de medo (Rodrigues, 2017). Esta seleção e representação seletiva dos média sobre o crime, destacando como essa abordagem distorce a realidade ao focar excessivamente em crimes violentos e em estereótipos, enquanto ignora outras formas de desvio social e as suas causas estruturais (Tavanoška, 2015) faz com que seja construída uma realidade mediática que muitas vezes substitui a realidade factual, manipulando informações que moldam a percepção pública e criam uma verdade mediada por imagens e sons (Pacheco, 2019).

A globalização e o capitalismo intensificaram a publicitação do crime, transformando as experiências das vítimas em espetáculos mediáticos que moldam a percepção coletiva e justificam punições severas, muitas das vezes essas realidades não são as nossas realidades no nosso país (Gomes, Sardá & Granja, 2022).

## e. Sensacionalismo e agenda mediática

As notícias sobre crime são consistentemente populares e representam uma das áreas mais competitivas do jornalismo contemporâneo. Essa centralidade dos meios de comunicação em relação ao aspeto subjetivo da segurança é definida principalmente por várias abordagens como as teorias dos efeitos, os estudos sobre a agenda *setting*, os estudos sobre a construção da representação mediática da segurança, os estudos sobre as rotinas jornalísticas e sobre o sensacionalismo das notícias (Gomes, Sardá & Granja, 2022).

1. **Teorias dos Efeitos:** As teorias dos efeitos referem a vários estudos que tendem a explicar como os meios de comunicação afetam o comportamento e a perceção das audiências. Temos, por exemplo, a teoria dos efeitos limitados (Lazarsfeld e Katz, 1948) na qual introduziram o conceito de "*two-step flow of communication*", ou seja, que os efeitos da média são mediados por líderes de opinião. Outra de estas teorias é a teoria do cultivo desenvolvida por Gerbner em 1973 na que sugere que a exposição prolongada os *media* influenciam como o público vê o mundo, cultivando perceções distorcidas causando maior sensação de medo e insegurança;
1. **Teoria agenda-setting:** A teoria da agenda *setting* foi proposta por McCombs e Shaw em 1972 e faz referência a como os meios de comunicação não dizem precisamente o que as pessoas devem pensar, mas sim influenciam fortemente, pois definem quais são os assuntos que são prioritários e relevantes para os mesmos;
2. **Estudos sobre a Construção da Representação Mediática da Segurança:** Estes estudos como o próprio nome indica fazem referência a como os *media* constroem notícias ao redor da segurança, a criminalidade e o perigo amplificando os medos e preconceitos da sociedade (Young, 2002);
3. **Estudos sobre as Rotinas Jornalísticas:** Os estudos sobre as rotinas jornalísticas focam-se essencialmente nos processos inerentes das redações, e os critérios editoriais influenciam na seleção e escolha das notícias, mostrando uma representação subjetiva da realidade, tendo em consideração interesses económicos, afetando a cobertura de questões como criminalidade e segurança (Tuchman, 1978);

4. **Sensacionalismo:** O sensacionalismo é definido pelo dicionário português como a “*divulgação de notícias exageradas ou que causem sensação*”. O sensacionalismo influencia então a seleção, hierarquização e tematização das notícias. Esta prática não só maximiza o impacto emocional, como também distorce a percepção pública dos temas tratados, alimentando assim o medo e a insegurança na audiência (Focas, 2013; Almeida, 2020). Esta prática é comum entre os diferentes meios de comunicação com o objetivo de atrair a atenção do público e assim aumentar a audiência através do exagero e amplificação, no foco das emoções do público, na exploração de tragédias, na simplificação das notícias e de vocabulário e de manchetes chamativas (Zaffaroni, 2023).

Nos dias que correm, nos meios de comunicação é importante salientar que o sensacionalismo é impulsionado por diversos fatores como, a competição pelas audiências - especialmente depois de a maior audiência hoje em dia se encontrar nas redes sociais e internet - onde os títulos chamativos e o conteúdo emocionalmente carregado, o chamado “clickbait”, recebem mais cliques e compartilhamentos (Molinas, 2021; Rodrigues, 2017).

Estas diversas perspetivas auxiliam no entendimento de como os meios de comunicação moldam a percepção pública sobre segurança e criminalidade, afetando tanto a opinião pública quanto a criação de políticas públicas. Os estudos acerca do sensacionalismo e da agenda mediática evidenciam uma interação complexa entre a representação pública do crime e a formação de percepções sociais (Almeida, 2020)

#### **f. Discrepância entre os crimes noticiados vs as estatísticas reais**

A discrepância entre as estatísticas criminais reais e a cobertura dos meios está fundamentada numa série de fatores, como a busca por sensacionalismo, a formação de estereótipos e a necessidade de atrair público. Esses elementos resultam numa percepção pública distorcida da criminalidade, que muitas vezes leva a um temor excessivo e a demandas por políticas públicas mais repressivas, como ocorre com a televisão (Molinas, 2021). A cobertura jornalística é marcada por retratar os crimes mais sérios que causam mais repulsa à sociedade e por sua vez são desproporcionais com os representados em termos estatísticos. Embora os delitos menos graves sejam mais comuns na sociedade, são menos notados devido à incompatibilidade com os valores noticiados, porque causam menor sensação de medo na sociedade, o que leva com que crimes mais gravosos sejam mais

noticiados mesmo quando as estatísticas oficiais indicam uma queda nas taxas de criminalidade (Morales, 2014; Rodrigues, 2017). Este fenómeno é intensificado pela repetição incessante de notícias violentas, o que alimenta um clima de insegurança desproporcional à realidade dos perigos enfrentados pela população (Morales, 2014).

Esta cobertura mediática desproporcional também é apontada por diversos pesquisadores que destacam que os meios de comunicação muitas vezes apresentam números mais altos de crimes violentos do que os dados oficiais indicam. Apesar das taxas de criminalidade terem diminuído, a perceção do público indica que estão a aumentar, principalmente devido ao que é transmitido na televisão ou leem nos jornais (Dorfman e Schiraldi, 2001).

RTP  
<https://www.rtp.pt> › pais › a...

### Aumentou a criminalidade violenta e grave em Portugal

29 de maig 2024 — A criminalidade grupal registou o maior aumento dos últimos dez anos: quase 15 por cento. Também a criminalidade geral aumentou 8,2 por cento.

De acordo com os dados, a criminalidade violenta aumentou 5,5% no ano passado em relação a 2022, tendo as polícias portuguesas registado um total de 14.022 crimes violentos em 2023. 31 de març 2024

Público  
<https://www.publico.pt> › sociedade › noticia › criminali...

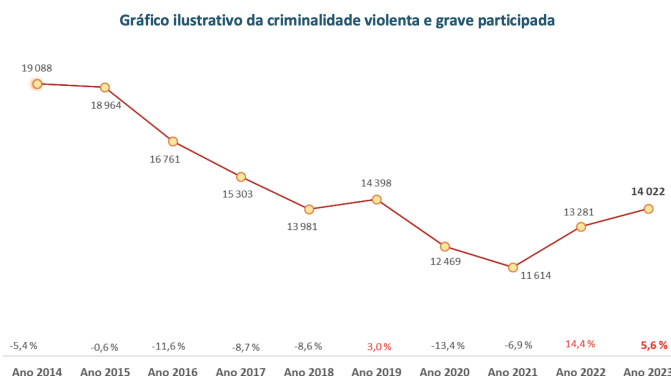
### Criminalidade atinge em 2023 valor mais elevado em 10 anos

**Quadro 1.** Exemplos de notícias sobre criminalidade nos mass media portugueses (2023/2024)

Como podemos ver em várias notícias apresentadas em cima (Quadro 1), os *media* afirmam que de ano para ano o crime violento em Portugal aumenta, mas como podemos observar na figura 1 a seguir, desde 2014 o número relativamente à criminalidade violenta denunciada está em descida comparado com os anos até 2017. Ou seja, a noticia do público acaba por mentir e ocultar informações à sociedade dado que há 10 anos atrás, como eles próprios referem, o crime estava ainda mais elevado.

**Figura 1.** Gráfico ilustrativo da criminalidade violenta e grave em Portugal desde 2014 a 2023

Fonte: RASI (2023)



A criminologia mediática naturaliza essas mortes e violência como parte inevitável da criminalidade, enquanto na realidade, muitas dessas representações são exageradas e sensacionalistas. A exposição constante a crimes violentos na televisão pode levar à crença equivocada de que esses eventos são mais comuns do que realmente são (Zaffaroni, 2023). Os crimes mais noticiados correspondem principalmente a categorias de delitos comuns, privados e corrupção institucional, com um destaque significativo para a localização geográfica dos eventos. Isso contribui para a construção de uma imagem ameaçadora da realidade cotidiana, eliminando as fronteiras entre os espaços públicos e privados (Sánchez, 2014).

### **g. Estigmatização de determinados grupos**

Em busca de mais sensacionalismo nas suas notícias, os meios de comunicação de massa empregam no seu discurso a representação dos supostos autores do delito e das suas vítimas. Isso faz com que o público desenvolva sentimentos alimentados por estereótipos desses indivíduos e, conseqüentemente, acredite em mitos urbanos sobre o crime (Gomes, Sardá & Granja, 2022). Essa estigmatização acontece por meio da revelação de detalhes íntimos dos envolvidos no crime, das suas características pessoais que possibilitam algum tipo de enquadramento arquetípico, seja do suposto culpado ou da vítima. Refere-se da apresentação de eventos a partir de ponto de vista que enfatiza os aspectos emocionais, pessoais ou humanos de uma narrativa, tudo isso com o objetivo de criar mais empatia ou repulsa por parte dos indivíduos que assistem a essas notícias criminais (Machado & Santos, 2008).

Este fenômeno complexo mostra como certos indivíduos são classificados e rotulados como "delinquentes", sujeitos perigosos que ameaçam a ordem social (Zaffaroni, 2023). A figura do "indivíduo delincente" é retratado de uma maneira a ser visto como um ser totalmente responsável pelas suas ações, independentemente das suas circunstâncias sociais ou histórico de vida. Este processo de estigmatização não apenas os desqualifica socialmente, mas também legitima práticas desumanas e discriminatórias, como a exclusão de políticas sociais que poderiam ajudar na reintegração desses indivíduos na sociedade (Manchado & Moressi, 2017).

Os meios de comunicação desempenham um papel crucial na disseminação desses estereótipos através das histórias contadas pelos média sobre criminosos e vítimas (Almeida,

2020; Gomes, Sardá & Granja, 2022) criando uma divisão nítida entre "nós" (cidadãos comuns) e "eles" (criminosos), uma dualidade que desacredita qualquer neutralidade na compreensão do crime e da justiça (Wacquant, 2020). Por meio destas práticas discursivas que destacam crimes de rua ou contra o património, e que simultaneamente minimizam ou ignoram delitos económicos ou ecológicos mais prejudiciais, os *media* estabelecem uma narrativa que perpetua o medo e o ódio contra certos grupos. Esta estratégia não só influencia a opinião pública, como também formata as políticas públicas e a agenda de segurança, muitas vezes resultando em respostas repressivas e desproporcionais. A superexposição desses grupos marginalizados pela média não infringe a presunção de inocência, como também contribui para um clima de pânico moral e fortalece um sistema penal punitivo (Acosta, 2016; Zaffaroni, 2023).

Dessa forma, as figuras mais exploradas pela *media* são as vítimas e os denominados "delinquentes", percebidos como inimigos sociais.

### **i. Vítima ideal**

A figura da vítima é um dos principais pontos usados pelos média para sensibilizar e criar impacto na audiência. Zaffaroni (2012) denomina-as como vítimas-heróis, que são aquelas vítimas ideais utilizadas pela criminologia mediática, capazes de provocar um sentimento de empatia e de se identificar com elas para que uma vítima inspire temor e ressonância pública, é crucial que ela seja percebida como alguém comum, escolhida ao acaso, vivendo num bairro comparável ao do público em geral. Esta identificação é fundamental para que a narrativa do crime se enraíze na consciência coletiva, evocando sentimentos de proximidade e vulnerabilidade compartilhados (Focas e Kessler, 2015). Os *media* aproveitam essas vítimas para transmitir a sua política criminal e opiniões sobre o crime, utilizando-as como cobaias. As principais características dessas vítimas são a sua identificabilidade (classe económica, sexo, raça, etnia, etc.) e a capacidade de desempenhar o papel de vítima-herói. Ademais, é crucial que ocorra num momento adequado e tenha interesse não somente para os *media*, mas também para certos setores políticos e económicos que se beneficiam ao veicular um discurso contra o crime e os criminosos (Fernández, 2020).

Essas vítimas são aquelas que possuem características psicológicas que as impulsionam a contar a sua história para toda a sociedade, o que frequentemente acaba por fazer com que acreditem em tudo o que a vítima afirma. Como ninguém se atreve a refutar o

sofrimento de alguém, por ser merecedor de compaixão e necessitar de apoio, assistência e consolo, qualquer manifestação insensível da dor alheia seria vista pela opinião pública como insensível (Zaffaroni, 2023). A criminologia mediática não se interessa por vítimas que sejam modestas, mas sim que busquem justiça através do sistema legal ou sejam emocionalmente contidas, pois, essas características não se encaixam na mensagem de vingança que desejam transmitir (Zaffaroni, 2012). A diferença entre esse tipo de vítimas e as vítimas tradicionais está no impacto ou efeito político que provocam, levando-nos a uma base de respeito à dignidade humana (Fernández, 2020).

As entrevistas com vítimas de crime podem ser manipuladas para alimentar uma narrativa pré-definida sobre a insegurança. Entretanto, a procura de histórias que se repercutem emocionalmente no público, muitas vezes molda e amplifica as percepções sobre o crime e a justiça (Gaibor, 2020). O que faz com que estas vítimas-herói tenham o seu processo de dor interrompido, o que pode resultar em danos psicológicos mais graves. Toda a vítima de um ato violento grave sofre danos psicológicos que muitas vezes requerem assistência especializada para recuperar a saúde mental. Se adicionarmos a forma como essas vítimas-heróis são expostas pelos média, a única coisa que ocorrerá será a deterioração desses sintomas, como isolamento social, pensamentos suicidas, entre outros, porque num momento elas têm o apoio da sociedade, mas quando uma notícia mais importante surge, a sua situação é deixada de lado (Fernández, 2020; Zaffaroni, 2012).

O perigo da emergência da figura da "vítima-herói", que não apenas personifica os anseios e necessidades da população comum, mas também serve como uma ferramenta política poderosa. A forma como os *media* conferem uma autoridade às vítimas, consolidando uma forma de "justiça expressiva" que procura não punir, mas sim, uma forma de expressar sentimentos de repúdio e agravamento. Esta justiça não se limita ao tribunal, mas estende-se também à opinião pública, onde as emoções desempenham um papel central na formação de opiniões e políticas (Basualdo, 2015). Essas vítimas são frequentemente instrumentalizadas para legitimar reformas legislativas que endurecem o sistema penal, reduzindo a margem de discricionariedade judicial em favor de penas mais severas. Esse fenómeno não apenas estigmatiza os juízes que adotam posturas defensoras dos direitos e das garantias fundamentais, mas também polariza o debate público em torno da segurança e da justiça (Zaffaroni, 2023).

Um exemplo dessa vítima-herói são as notícias que envolvem crianças, especialmente menores em risco, que são extremamente atraentes para os *media*, pois são fontes autênticas de emoção e aumentam a procura dos leitores pelos jornais que destacam esses elementos. Além disso, elas são agentes da cultura da influência (Monteiro, 2011; Silvestre & Ferreira, 2013). Crimes protagonizados por crianças, principalmente quando são vítimas, são carregados de dramatização, expondo as suas vidas e a vida familiar ao público, tudo para provocar medo na sociedade, especialmente utilizando os casos mais grotescos de abuso infantil ou crimes violentos contra crianças, utilizando uma retórica sensacionalista que amplia a imagem de fragilidade ou culpabilidade conforme conveniência narrativa. Esta comunicação bruta e feroz pode ter efeitos perversos, especialmente para os considerados mais vulneráveis, como as próprias crianças.

A exposição a conteúdos e imagens associados a crimes não apenas impacta o momento presente, mas também pode deixar marcas duradouras no futuro, desconsiderando o poder dos *media* em lidar com as consequências emocionais profundas que podem resultar dessas exposições. (Silvestre & Ferreira, 2013). Silvestre e Ferreira (2013) debatem esta luta entre o direito à informação pública e o direito à proteção das crianças, ressaltando como os limites éticos muitas vezes são transgredidos na busca da notícia impactante. Pesquisas indicam que muitos casos de abuso infantil e outras formas de violência contra crianças só se tornam conhecidos pela *media* à causa da persistência e aos recursos dos média em investigar e divulgar esses incidentes. Contudo, a cobertura mediática desses assuntos é frequentemente acusada de ser estereotipada, superficial e sensacionalista, reduzindo a complexidade dos problemas sociais envolvidos.

## ii. Vitimário

Na dinâmica mediática contemporânea, o criminoso emerge como uma figura cuja identidade é moldada para além dos crimes que lhe são imputados. A narrativa é moldada com elementos que entrelaçam o seu nome, idade e, sobretudo, os seus antecedentes criminais. Este último elemento não apenas justifica a intervenção das agências penais, mas também configura um discurso público que molda e delimita a perceção coletiva em relação a este indivíduo. A regularidade com que esses antecedentes são mencionados na *media* reforça uma marca difícil de apagar na subjetividade social: o criminoso já está marcado mesmo antes da sua culpabilidade ser determinada (Manchado & Moressi, 2017).

O processo discursivo em ação não visa apenas informar, mas também categorizar. Desde o momento da detenção, o suspeito é apresentado sob uma luz que pressupõe a sua culpa, enquanto o discurso mediático, com uma cronologia que poderia parecer kafkiana, vai delineando um terreno onde a presunção de inocência é eclipsada pela sombra dos seus antecedentes. Este enfoque não deixa espaço para a possibilidade de redenção ou mudança, relegando o indivíduo a um destino inevitável como perpetrador (Manchado & Moressi, 2017).

O público, portanto, participa ativamente dessa operação discursiva que não apenas define o suspeito como responsável ou potencialmente responsável por um ato, mas também legitima a sua captura e a suspeita sobre ele meramente por seu histórico criminal. Esta perceção estabelece uma ligação imediata entre a criminalidade passada e a ação presente, justificando até medidas extremas como a morte do suspeito (Manchado & Moressi, 2017).

Os estereótipos desempenham um papel crucial nesse processo, pois simplificam a imagem do criminoso e tornando-o num modelo de indivíduo perigoso e moral questionável (Zaffaroni, 2023). Os locais do crime, descritos minuciosamente devido a sua proximidade ou semelhança com locais familiares, reforçam o sentimento de ameaça e perigo em relação ao indivíduo identificado. Esta caracterização é complementada pela narrativa pessoal da vítima, que muitas vezes se concentra mais nas suas conexões amorais e o seu passado criminoso do que em aspetos mais humanos como os seus afetos ou aspirações (Manchado & Moressi, 2017).

Contudo, surge uma questão fundamental quando as vítimas não se encaixam no estereótipo do "cidadão comum" e fazem parte de grupos estigmatizados ou marginalizados. O que ocorre quando os meios de comunicação colaboram para perpetuar este estigma,

apresentando lugares e pessoas como inerentemente violentos e perigosos? Como se redefine a identidade da vítima quando a sua história pessoal é eclipsada por seu histórico criminal? O discurso mediático não apenas reflete, mas também molda as percepções e atitudes em relação ao criminoso, construindo uma narrativa que, longe de buscar a justiça ou a verdade, aprofunda nas diferenças e perpetua o desconhecimento em relação àqueles que são considerados diferentes e distantes do ideal da cidadania moral. Essa conceitualização do "outro", forjada através do dano infligido aos "bons cidadãos", desafia os princípios de justiça e equidade, questionando a verdadeira natureza da responsabilidade e da redenção num sistema que frequentemente julga antes de entender (Manchado & Moressi, 2017).

### **iii. Vitimização**

A relação entre a vitimação, a percepção mediática e o medo da vitimização é um fenômeno complexo e multifacetado. A teoria do cultivo, discutida por Focás e Kessler (2015), propõe que a exposição à violência na *media* pode não apenas expandir a percepção de comportamentos agressivos, mas também potencializar as sensações de vitimação, perigo e vulnerabilidade individual. Este efeito é amplificado quando a vivência pessoal se assemelha à retratada pela mídia, ressaltando o papel crucial dos meios de comunicação na formação das percepções sociais.

A maioria das pessoas nunca vivencia diretamente eventos violentos que resultem em vítimas, elas obtêm conhecimentos sobre esses eventos através das notícias (Rodrigues, 2017). Os meios de comunicação têm um papel fundamental na propagação de informações sobre o crime e o sistema de justiça criminal, moldando assim as percepções da população. Contudo, a confiança cega nos *meios de comunicação social* nem sempre é correta com a realidade, pois a percepção é influenciada entre a probabilidade de ser vítima de um crime, o controle e as consequências da vitimação que varia entre os indivíduos. O medo da vitimização, é uma reação natural do ser humano, mas quando é proporcional à magnitude do risco percebido. No entanto, quando o medo é desproporcional e baseado na única fonte de risco percebido, ou seja, passa a ser algo subjetivo, o medo deixa de ser normal. É importante considerar outros riscos além da vitimização, a fim de evitar respostas exageradas e prejudiciais à segurança pessoal (Zaffaroni, 2023).

Os fatores que influenciam a percepção da vitimação e conseqüentemente o medo a vitimização incluem a credibilidade da fonte de informação, o realismo das imagens mostradas, a frequência e a atenção prestada às notícias, ou seja, que quanto mais se acredite no apresentado pelos média, mais medo de sermos vítima de um crime (Focás e Kessler, 2015). Além disso, a experiência prévia ao ser vítima de um crime pode reforçar ou mitigar os efeitos dos média na percepção da vitimação. Ou seja, a percepção mediática e o medo da vitimização é um fenômeno complexo que reflete a influência significativa dos meios de comunicação na formação das percepções sociais e individuais sobre o crime e a segurança pessoal.

#### **iv. “Delinquente”**

A criminologia mediática cria uma então uma realidade na qual há uma diferenciação entre pessoas decentes e uma massa de criminosos, identificados por estereótipos que os distinguem do resto da sociedade por serem diferentes e maus como podemos observar anteriormente conforme já era feito antigamente e também pelo direito penal (Zaffaroni, 2012). Não é surpreendente que o discurso criminal que a maioria das pessoas conhece seja aquele transmitido pelos meios de comunicação de massa, como é o caso das redes sociais, onde se facilitou condenar alguém sem uma sentença firme ou investigar as suas redes sociais, amigos, etc., e expô-los publicamente para serem julgados na praça pública.

Os *media* acabam por desempenhar um papel fundamental ao selecionar cuidadosamente quais os crimes a apresentar e como os apresentar. Focam-se em crimes carregados de violência ou perversidade, enquanto minimizam ou distorcem outros casos que não se enquadram no estereótipo do "delinquente perigoso". Este processo é facilitado pela capacidade dos média para manipular imagens e narrativas, criando uma dicotomia simplista entre "nós" (os bons) e "eles" (os maus), o que reforça uma percepção binária e excedente da sociedade (Basualdo, 2015). Young (2002), explica como, para criar um "bom inimigo", é necessário convencer a sociedade de que os delinquentes são a causa da maioria, ou até mesmo de todos, os problemas sociais. Este processo de "essencialização" do outro como intrinsecamente diferente e perigoso legitima o uso da violência, tanto simbólica quanto real, como resposta ao crime.

Quanto mais assustadoras forem as notícias, mais provocam um sentimento de revolta na sociedade, e é comum ver a imagem daqueles que cometeram esses crimes sendo retratados como inimigos sociais. Zaffaroni (2012) define esses indivíduos como "ellos", sendo estigmatizados e vendidos como aqueles que perturbam a sociedade, que impedem as pessoas de dormir com portas e janelas abertas, que arruinam as férias, colocam as nossas crianças em risco, pertencem a uma classe social baixa, sujaram tudo, etc. (Young, 2002; Zaffaroni, 2012). Nesse sentido, os inimigos são frequentemente vistos como seres que não fazem parte do mesmo mundo onde se aplicam regras, valores e considerações de justiça, sendo associados principalmente a grupos sociais mais vulneráveis, raças ou etnias marginalizadas, ou indivíduos desfavorecidos, sendo culpabilizados pela violência nas ruas (Gomes, Sardá & Granja, 2022).

Essa imagem criada faz com que as pessoas na sociedade busquem isolar esses indivíduos, acreditando que, dessa forma, poderão viver em paz, sem medo de sair às ruas, sem a necessidade de medidas de proteção (Zaffaroni, 2012). Como consequência, a criminologia mediática costuma empregar o termo "delinquente" para estigmatizar aqueles que supostamente cometeram crimes, utilizando essa expressão de forma adjetiva, como se cometer um crime fosse um traço inato de um indivíduo (Tavosnanska et al., 2015). Esta perspectiva, atualmente adotada pelos meios de comunicação de massas, é similar à perspectiva adotada pela criminologia positivista de Lombroso, que defendia que todos os criminosos possuíam atributos físicos que os qualificam como tal (Zaffaroni, 2012).

Portanto, os meios de comunicação de massa utilizam essa imagem para reforçar o seu discurso e solicitar ao Estado ações mais severas, como o agravamento das penas, a restrição da liberdade dos acusados, e a negação de liberdade condicional ou provisória, etc. (Almeida, 2020; Tavosnanska et al., 2015). Por essa razão, grande parte da criminologia mediática concentra os seus esforços a descrever atos criminosos, enfatizando no autor e não apenas o difamando, mas também inculcando a imagem de um ser bárbaro causador de danos, o que justifica a necessidade de tomar todas as ações necessárias para combatê-los (Zaffaroni, 2012).

A criminologia mediática exerce uma influência significativa na sociedade contemporânea, moldando a percepção pública sobre crimes e criminosos. A exposição da identidade de suspeitos e imputados pelos meios de comunicação suscita várias questões éticas e jurídicas. Por um lado, a cobertura sensacionalista dos crimes pode gerar uma errônea

sensação de impunidade na sociedade, gerando uma demanda por medidas mais duras. Isso pode até influenciar alterações legislativas, como a implementação de medidas como a acusação privada em processos judiciais. Além disso, pode afetar no que diz respeito à presunção de inocência e à estigmatização.

A preocupação com o sensacionalismo na cobertura de crimes não apenas impacta a imagem dos indivíduos envolvidos, mas também pode distorcer a justiça pública e comprometer o devido processo legal contribuindo para a desumanização e estigmatização dos mesmos. Essa narrativa pode alimentar políticas públicas baseadas na exclusão e na segregação, pois se sustentam num discurso de ódio marginalizando assim certas classes sociais (Colas, 2015).

## **5. Impactos na sociedade**

O crime e a violência na sociedade é um tema que causa impacto negativo na sociedade na qual o estado deveria ser o primeiro responsável, diante destas tragédias individuais o problema é visto com uma visão neoliberal onde o indivíduo é visto como um empresário de si mesmo, racionalmente responsável por suas ações, incluindo a decisão de cometer crimes (Manchado & Moressi, 2017). Neste sentido o crime é percebido como um mecanismo de alta noticiabilidade devido à sua imprevisibilidade e violência, rompendo com a ordem social e alimentando as rotinas produtivas dos meios de comunicação. O tratamento mediático do crime não só influencia a percepção pública, mas também molda as atitudes e políticas de controle do crime, muitas vezes gerando pânico moral e reforçando estereótipos prejudiciais (Rodrigues, 2017).

Vários autores concordam que o impacto destas notícias na nossa sociedade atual é que o crime impacta o medo e o sentimento de insegurança do público, através de mecanismos como o realismo nas narrativas mediáticas, a credibilidade da fonte faz com que aumentam a sensação de insegurança, moldando as percepções e comportamentos das pessoas em relação ao crime (Costa e Duarte, 2022). A narrativa ambígua dos meios de comunicação, que simultaneamente condenam e amplificam o problema da criminalidade. Essa amplificação mediática cria uma espiral de medo e indignação que pressiona os órgãos de controle e reforça estereótipos que contribuem para o contribuindo de uma amplificação do medo e uma percepção distorcida da realidade criminal. Essa narrativa mediática frequentemente leva a respostas políticas reativas e punitivas (Garland, 2019; Morales, 2014).

Deste modo, Acosta (2016) defende uma criminologia cautelar e militante que se opõe à difusão desproporcional de notícias violentas e discursos repressivos por parte dos meios de comunicação de massas. Tudo isto usando o sensacionalismo nas informações criminais por parte dos meios que muitas das vezes utilizam estratégias de manipulação para com a opinião pública para criar um clima de desconfiança para com as instituições estatais que acabam por demandar políticas punitivas mais gravosas, tudo para servir os seus próprios interesses económicos e políticos (Abanto, 2016). Como afirmam Gomes, Sardá e Granja (2022), a cobertura mediática do crime influencia significativamente as políticas de segurança, muitas vezes exacerbando o pânico moral e promovendo uma resposta punitiva desproporcional. Na qual estes discursos impactam na formação de atitudes e ideologias das pessoas. A média, ao influenciar a visão pública sobre a criminalidade, carrega uma grande responsabilidade na forma como apresenta as notícias, podendo tanto sensibilizar quanto banalizar a violência (Romero e Vergara, 2020).

A criminologia mediática descrita por Zaffaroni (2023), pressiona por reformas legais punitivas e reativas, frequentemente sem base empírica sólida, reforçando uma cultura de medo e punição, e ainda pressionam os seus próprios interesses na agenda social e política de um país. Mas todos estes autores concordam que é necessária uma abordagem mais equilibrada e informada na qual se considere as complexidades do fenómeno criminal, e neste sentido que se evite a amplificação desnecessária do medo e da insegurança (Gaibor, 2020; Mantilla, 2018).

### **a. Mudanças nas políticas públicas e leis**

A cobertura sensacionalista dos *media* sobre o crime leva a uma maior violência do sistema penal, leis penais mais severas, maior autonomia policial e, conseqüentemente, corrupção e riscos políticos. Os políticos, pressionados por essa criminologia mediática, adotam medidas drásticas e punitivas, ignorando muitas vezes os impactos reais dessas ações (Abanto, 2016). Estes mesmos discursos políticos frequentemente prometem um "país normal" em resposta ao aumento da criminalidade, tratada como um problema de "insegurança". Esse discurso alimenta uma percepção de ameaça constante e justifica a implementação de políticas punitivas severas. Além disso, muitos discursos políticos e mediáticos analisam as relações sociais com uma lógica biológica, julgando condutas com

base em características físicas, sociais e familiares, o que amplifica a percepção de "perigosidade" (Manchado & Moressi, 2017).

Os *media* acabam por se tornar a principal referência pública para questões relacionadas ao crime e controle social, moldando percepções e influenciando a criação de políticas penais severas. Essa cobertura tendenciosa amplifica as percepções negativas sobre o crime, justificando respostas legais mais duras (Rodrigues, 2017). O estado acaba por se tornar numa cópia daquilo que os meios de comunicação transmitem, na qual produzem os significados sobre crime e segurança, sugerindo que a autonomização das forças de segurança e a criação de políticas culturais e comunicacionais próprias ampliam a sensação de insegurança (Morales, 2014). Zaffaroni (2023) critica esses mesmos políticos que, temerosos ou oportunistas, cedem à pressão da criminologia mediática e aprovam leis punitivas absurdas, que não têm impacto real na redução da criminalidade. Essas concessões não apenas falham em conter a criminalidade, mas também reforçam a criminologia mediática, que continua a exigir medidas cada vez mais drásticas e autoritárias. Exemplo dessas são as campanhas como a "lei e ordem" e políticas de "tolerância zero", como reações a níveis percebidos de criminalidade, que muitas vezes são exacerbadas pela cobertura mediática (Garland, 2019).

A sociedade que se caracteriza por ser imediatista e desinformada sobre o sistema penal e o fenômeno criminal é propensa a ser dominada politicamente através da difusão do medo. Este temor impacta o cotidiano do indivíduo na qual se fomenta o individualismo e a intolerância, intensificando a marginalização e as fragilidades sociais (Almeida, 2020). A construção dos medos dos cidadãos pode levar a políticas que priorizem a segurança em detrimento dos direitos e liberdades, criando uma sociedade baseada no medo e, paradoxalmente, mais insegura. Estas políticas são respaldadas por discursos que justificam a exclusão e a marginalização como sendo as originárias do crime (Moro, 2015).

A desconfiança nas instituições político-institucionais facilita a implementação de esquemas simplistas de segurança pública, reforçando a criminologia mediática. A representação mediática dos processos sociais materiais legitima ações repressivas e justifica intervenções severas, consolidando um regime de suspeita que desqualifica, julga e condena indivíduos com base nas suas características pessoais e não apenas nas suas ações, e ainda esta mesma cobertura mediática enfatiza a ineficácia e a corrupção dentro do sistema de justiça. Esta desconfiança leva a uma pressão por reformas que muitas vezes resultam em leis

penais mais severas, sem considerar adequadamente os dados empíricos sobre criminalidade (Basulado, 2015; Kostenwein, 2019).

A criminologia mediática transforma-se numa ferramenta que constrói ameaças para justificar políticas de vigilância e controle que reduzem as liberdades. A narrativa mediática cria uma diferença entre os “bons” e os “maus”, onde a proteção das vítimas é uma prioridade em detrimento dos direitos dos arguidos (Gaibor, 2020). Esta cobertura sensacionalista acaba por aumentar a percepção pública de perigo, incentivando políticas mais punitivas, o que acaba por condicionar a expansão do negócio da segurança privada e o uso de dispositivos de segurança que acabam por se tornar comuns, refletindo a crescente sensação de insegurança propagada pelos mesmo média (Focas, 2013). A gestão quotidiana da segurança é influenciada pelos média, que promovem práticas preventivas, como, por exemplo, evitar determinadas áreas ou instalar alarmes, fazem com que modificam a percepção de segurança e fomentam novos medos baseados na visibilidade dos casos mediáticos (Focás & Galar, 2016).

### **b. Agentes da autoridade**

Frequentemente, os agentes de autoridade, especialmente no cenário contemporâneo, são frequentemente formados e interpretados através de múltiplas lentes, cada uma ressaltando diferentes aspetos da sua atuação e impacto na sociedade. A perspetiva de Zaffaroni em "En busca de las penas perdidas" (2009) destaca a necessidade de uma vigilância crítica sobre o poder coercitivo do Estado, advertindo contra a ideia simplista de que a polícia é sempre a guardiã impecável que defende os cidadãos de perigos externos. Esta idealização pode mascarar práticas policiais que, longe de serem inquestionavelmente puras, podem ser impulsionadas por interesses complexos e até perversos. Os meios de comunicação desempenham um papel crucial na denúncia ética e na moldagem da opinião pública sobre o sistema de justiça. A média frequentemente posiciona-se como um fiscal paralelo, exercendo pressão sobre os operadores de justiça para adotar medidas severas como a prisão preventiva, muitas vezes influenciando legisladores a criarem leis que refletem o sensacionalismo e a sobre penalização de certos comportamentos (Ribeiro e Pimenta, 2022).

O papel dos média na construção e representações sobre a polícia não apenas relatam a realidade, mas a interpretam e a moldam através de narrativas que muitas vezes enfatizam a violência e a criminalidade, contribuindo para moldar percepções públicas sobre as

autoridades. Essas representações podem influenciar a confiança do público nas forças policiais e moldar atitudes sociais em relação ao cumprimento da lei (Costa e Duarte, 2022). Essas notícias acabam prejudicando as forças de polícia do país, pois atraem a atenção do público por meio do sensacionalismo geralmente focadas em crimes graves e dramáticos, cuja função não é somente para informar, mas também para influenciar a percepção de como o público percebe a eficácia e a legitimidade das autoridades (Pacheco, 2019). Tudo isto através de táticas como a noção de tolerância zero e a retórica da mão dura policial, na qual falham em compreender as origens profundas da criminalidade e reforçam a ideia de que o crime pode ser erradicado com simples medidas punitivas, ignorando as complexidades sociais que alimentam a delinquência (Basualdo, 2015). Um exemplo disso são meios de comunicação no Peru que frequentemente fiscalizam e influenciam a atividade dos fiscais e do Poder Judiciário, pressionando por decisões que podem comprometer direitos e garantias fundamentais. Esta dinâmica, segundo Abanto, reflete uma busca por vingança social e uma tentativa dos meios de comunicação de se posicionarem como juízes paralelos na esfera pública (Abanto, 2016).

### **c. Confiança nos tribunais de justiça criminal**

A criminologia mediática, que muitas vezes desvia o foco dos criminosos violentos para criar uma narrativa sensacionalista que alimenta a desconfiança no sistema penal, acaba por se encontrar com o obstáculo dos juízes que acabam por se tornar o seu alvo preferido para criticar. Esta perspectiva não promove para a uma confiança pública, mas sim para a criação de estereótipos que desumanizam os acusados e promovem a ideia de que as garantias processuais são excessivas (Zaffaroni, 2023). Contudo, os meios de comunicação atuais operam sobre uma lógica de mercado, orientada para a otimização de recursos e na geração de lucros, estruturando-se em torno da criação de produtos "comerciais". Essa abordagem resulta em representações sensacionalistas que visam entreter mais do que informar (Machado e Santos, 2009). O funcionamento rotineiro dos tribunais é geralmente ignorado, mas casos particulares podem ser transformados em "dramas públicos" através da mediatização, promovendo transformações sociais e questionamentos de valores morais (Machado & Santos, 2009).

O poder punitivo, que remonta ao império romano e evoluiu ao longo da história, é utilizado hoje como uma técnica de repressão social pelos média (Acosta, 2016). Na

sociedade moderna atual, a mídia frequentemente realiza "julgamentos paralelos", onde a presunção de inocência e outras garantias processuais são desconsideradas, resultando em impactos negativos na opinião pública e na atuação judicial (Pásara, 2004). Essa prática de "juízos paralelos" exacerba a percepção pública de que todas as condutas reprováveis devem ser punidas severamente, contribuindo para a deterioração da imagem das instituições de justiça (Abanto, 2016).

A justiça mediática ou julgamentos mediáticos, é discutido por Orriaga (2019) na qual os meios de comunicação não apenas informam, mas “processam” e “sentenciam” líderes e organizações paralelamente aos tribunais oficiais. Ele argumenta que essa prática aumenta a pressão sobre os juízes e o sistema judicial, contribuindo para um descrédito crescente. Orriaga ressalta que “a justiça mediática paralela está em auge devido ao sério deterioramento da imagem e da reputação dos poderes do Estado,” refletindo uma crise de confiança que não pode ser ignorada. Este fenómeno transforma a justiça numa prática de espetáculo, priorizando o show sobre o conteúdo substancial dos casos na qual supera substancialmente a autoridade judicial tradicional e ameaça com a lógica que se leva a caso no processo, na qual se cria uma paródia da administração pública da justiça que mina a confiança da sociedade na imparcialidade e eficácia do sistema judicial (Krüger, 2014).

A mediatização da crise da justiça foi ampliada pela ênfase mediática do “aumento da criminalidade violenta” e pela cobertura de casos envolvendo figuras públicas, resultando numa tendência de dramatização e sensacionalismo. Esse foco acentuado dos média sobre a justiça trouxe à tona conflitos internos na magistratura (Machado & Santos, 2009). Nas sociedades democráticas, as funções sociais dos média e da justiça podem tornar-se concorrentes. Os *media*, ao tornarem-se num espaço público por excelência, começaram a substituir instituições tradicionais de controlo social, cuja falta de visibilidade pública enfraqueceu a sua eficácia. Esta substituição por parte dos média, é potenciada pela massificação dos meios de comunicação, na que contribuem para a projeção de uma moral coletivamente partilhada (Surette, 1999). Os "dramas públicos" e "julgamentos mediáticos" acabam por ser influenciados na percepção dos cidadãos sobre o crime e a justiça. Embora a receção da informação não seja passiva, grande parte do conhecimento público sobre criminalidade e o sistema de justiça é mediada pelos média (Machado & Santos, 2009; Zaffaroni, 2023). Os casos com alto potencial de exploração mediática expõem as "mazelas da justiça", como a morosidade e a ineficiência, contribuindo para a percepção de uma "crise

da justiça". Isso tem impactos na consciência coletiva e no funcionamento da esfera pública e da democracia. A pressão mediática acaba por influenciar tanto legisladores quanto juízes, promovendo a busca por sanções exemplares e a redução de garantias jurídicas. É essencial então refletir sobre o direito à informação e as consequências negativas do populismo informativo para o Estado de Direito (Colás, 2015).

Kostenwein (2019) apresenta dados alarmantes sobre a confiança pública no sistema judicial, graças à sua tramitação das notícias por parte da sociedade na qual destaca que “mais de 75% das pessoas têm pouca ou nenhuma confiança na justiça.” Ele identifica que essa desconfiança é alimentada por percepções de corrupção, lentidão processual e ineficácia. A desconfiança “surge espontaneamente da cidadania” e é exacerbada por atores políticos e meios de comunicação que moldam a opinião pública para os seus próprios interesses. A desconfiança no sistema penal é, portanto, um reflexo de vários fatores interconectados. A mediatização da justiça e a criação de narrativas sensacionalistas, como apontado por Krüger (2014), Orriaga (2019) e Zaffaroni (2023), distorcem a percepção pública e minam a legitimidade das instituições judiciais. Mais ainda, a própria ineficácia e corrupção identificadas no sistema também contribuem significativamente para essa crise de confiança (Kostenwein, 2019).

Para restabelecer a confiança no sistema penal, é fundamental tratar essas questões em várias esferas. Isso inclui a promoção de uma comunicação mais transparente e responsável por parte dos meios de comunicação (Orriaga, 2019) e a execução de reformas que intensifiquem a eficácia e a transparência do sistema judicial (Kostenwein, 2019). Além disso, é essencial lutar contra a narrativa sensacionalista e estereotipada que desumaniza os réus e debilita as garantias processuais (Krüger, 2014; Zaffaroni, 2023). Em suma, a confiança no sistema penal necessita de um esforço conjunto para melhorar a percepção pública e a eficácia operacional das instituições judiciais, fomentando uma justiça que seja vista como imparcial, eficiente e fiel aos princípios do Estado de Direito.

#### **d. Consequências dos *media***

A influência dos meios de comunicação na percepção da criminalidade e na construção do medo social é uma questão complexa e multifacetada, na qual segundo Rodrigues (2017), a maioria das pessoas nunca experimentará diretamente eventos violentos de vitimação, aprendendo sobre eles através das notícias. Este fenómeno é exacerbado pela falta de compreensão de como o público reage aos conteúdos mediáticos (Barros, 2003). A obsessão dos média pelo crime tem vindo a ampliar-se, eliminando as linhas entre o real e o virtual, e moldando a nossa percepção da realidade. A exposição intensa aos média pode, portanto, funcionar como um agente de mudança poderosa, influenciando estados emocionais e sociais (Costa & Duarte, 2022).

A teoria do cultivo, desenvolvida por Gerbner (1973), postula que o consumo exagerado de média tende a homogeneizar as representações sociais da realidade. Quanto mais as pessoas consomem programações violentas, maior é o medo de se tornarem vítimas de crimes (Gerbner, 1973). Estudos iniciais descobriram que telespectadores frequentes têm uma visão de mundo mais pessimista e tendem a desconfiar mais dos outros (Surette, 1998). A partir de determinado nível de consumo, a média torna-se a principal fonte de produção da realidade social, relegando as experiências pessoais e conversas a uma posição secundária.

Romero e Vergara (2020) sublinham a grande responsabilidade social dos meios de comunicação como agentes de socialização. Eles moldam atitudes, percepções e opiniões, especialmente entre jovens e crianças. Este poder de moldar percepções é problemático quando os meios de comunicação assumem funções anteriormente restritas aos tribunais, criando "julgamentos mediáticos" e "dramas públicos" que influenciam diretamente o comportamento e as decisões judiciais (Kruger, 2014).

A percepção de insegurança é muitas vezes uma construção mediática que não reflete necessariamente a realidade factual. A força emocional das notícias e a forma como são transmitidas contribuem para um clima de medo e desconfiança, impactando até mesmo processos de reforma penal. Este clima de incerteza, estimulado pela média, molda a opinião pública e resulta em políticas de intensificação das penas e aumento da vigilância, muitas vezes sem uma fundamentação factual sólida (Gaibor, 2020). Embora haja um crescimento dos relatos mediáticos e da ansiedade pública, os dados policiais apontam para uma diminuição dos casos de homicídios e crimes com armas de fogo (Garland, 2019).

Com a ausência de uma política criminal clara, os meios de comunicação preenchem esse vazio manipulando a informação e criando necessidades fictícias ou exageradas. Isso resulta num círculo vicioso onde a insegurança está ligada à falta de rigor das penas, impulsionando medidas de "mão dura" e expandindo a capacidade punitiva do Estado (Tavanoška, 2015). Em suma, o impacto dos meios de comunicação na percepção da criminalidade e na formação do medo social é profunda e multifacetada. As narrativas midiáticas não apenas refletem, mas também moldam a realidade social, impactando políticas públicas, comportamentos sociais e a visão geral sobre segurança e criminalidade.

#### **e. Fontes de influência**

Os meios de comunicação de massas conseguem chegar à percepção e assim influenciar os sentimentos da sociedade que os consome, utilizando formas de influência para chegar aos sentimentos dos mesmos. A exposição reiterada aos meios de comunicação é uma variável considerada na análise do medo do crime dado a tendência dos meios tradicionais, como a televisão, de exagerar nas notícias policiais para gerar medo, reconhecendo que a repetição de notícias e a dramatização de crimes violentos são práticas comuns que buscam atrair a audiência (Molinas, 2021).

Eles conseguem influenciar através da proximidade geográfica, assim como a frequência de repetição das notícias policiais. O consumo de notícias locais aumenta o medo do crime apenas para pessoas que vivem em áreas com altos índices de crimes violentos, ocorrendo uma sensação de insegurança quando há uma confirmação entre o que os entrevistados veem na televisão e o que percebem na sua vida cotidiana. Eles também destacam que a fonte de emissão das notícias, a percepção de realismo ou exagero, e o local onde o crime ocorreu são variáveis que influenciam o medo do crime. Notícias transmitidas por fontes confiáveis têm maior credibilidade, e a proximidade física do local do crime, frequentemente ilustrada com mapas virtuais, também aumenta o sentimento de insegurança (Focas & Kessler, 2015). Outro aspecto influenciador é o realismo das imagens e comunicação por imagens, já que estas têm um impacto emocional significativo, muitas vezes desprovida de contexto, o que pode aumentar a percepção de medo e insegurança entre o público (Acosta, 2016; Focas & Kessler, 2015). Rodrigues (2017) ressalta que os meios de comunicação moldam a percepção do público sobre o crime, frequentemente exagerando e dramatizando acontecimentos banais para criar um impacto maior. A cobertura intensiva de crimes pode

aumentar o medo de vitimização e influenciar a opinião pública sobre políticas de justiça criminal. Um caso claro destes acontecimentos é o fenómeno do pânico moral, em que a cobertura mediática não reflete os índices reais de violência, mas sim um esforço para dosificar o medo e influenciar o debate político, ações utilizadas pela criminologia mediática conjugadas com o reforçar de estereótipos, e construir uma realidade mediada que alimenta a percepção de insegurança (Zaffaroni, 2023).

A exposição a notícias de televisão gera mais medo do que a outros tipos de programas ou média. As notícias de crimes são projetadas para evocar respostas emocionais fortes, frequentemente descontextualizadas, e com ênfase em crimes graves e incomuns. A média tradicional tem um impacto significativo na percepção do medo, embora fatores sociodemográficos como renda, género, idade e educação também desempenhem um papel crucial nos graus de influência (Costa & Duarte, 2022).

## **6. Uso das novas redes sociais**

Na criminologia contemporânea, diversos autores dão importância ao impacto dos meios de comunicação na gestão e na percepção da criminalidade. Com o surgimento da tecnologia, as redes sociais e a globalização, esta tem vindo a incrementar-se. Gomes, Sardá & Granja (2022) discutem como a expansão das plataformas de redes sociais transformou a nossa compreensão e experiência relacionada com o crime e a vitimização do mesmo. Com a crescente dependência da internet e os grandes avanços nas telecomunicações, atualmente, a informação encontra-se apenas a um clique, isso deve-se a plataformas como as redes sociais que propagam informações mais depressa do que os meios de comunicação convencionais. Muitas vezes, estes mesmos meios possuem páginas nas redes sociais para mais facilmente difundir as suas notícias para facilitar a disseminação das suas notícias. A capacidade simbólica da tecnologia e das redes sociais, possibilita a multiplicação exponencial do número de recetores de uma mensagem elaborada por um mesmo emissor. As novas tecnologias mudaram as formas de nos aproximarmos do mundo, proporcionando uma perspectiva mediatizada pelos meios de comunicação, que nos fazem olhar para a realidade através de uma lente intencionada (Rey & Miranda, 2019).

Essas mesmas tecnologias sobre as quais se constrói a sociedade da informação e da comunicação também influenciam fortemente a criminalidade. A era digital simplifica a

atividade em múltiplas facetas da informação e do conhecimento, possibilitando novos métodos de execução da atividade delitiva, adaptando-se às oportunidades oferecidas pela sociedade. Essas plataformas têm sido utilizadas para fomentar e combater ar sobre a violência e a criminalidade, abrangendo a violência de género online, os discursos de ódio, o *cyberbullying*, o *cyberstalking*, a fraude económica, entre outros crimes. Frequentemente estão associadas a comportamentos pouco civilizados e indelicados, especialmente as interações com estranhos. As redes sociais ilustram a sofisticação acrescentada ao cibercrime pelo desenvolvimento tecnológico, porque desafia as perceções tradicionais de segurança, onde as vítimas se sentem protegidas pela tecnologia e distância, enquanto os criminosos utilizam estas mesmas condições para operar com impunidade. Pesquisas recentes também abordam o uso do Twitter e Facebook para a distribuição de desinformação, comumente conhecida por *fake news* (notícias falsas) (Gomes, Sardá & Granja, 2022).

A violação da privacidade dos utilizadores por parte de empresas tecnológicas como a Google, o Facebook e a Amazon, aliada com os abusos cometidos pelos governos em regimes liberais que perpetuam a vulnerabilidade individual, empresarial e governamental aos ciberataques, constituem impactos sociais e psicológicos negativos com o uso das redes sociais, particularmente pela população mais jovem, fazendo com que a criminologia contemporânea deva enfrentar o desafio de compreender e lidar a complexidade crescente das relações entre a tecnologia, a média e a criminalidade. A transformação das práticas de policiamento e a reformulação das táticas de segurança pública, impulsionadas pela inovação tecnológica, são fundamentais para combater eficazmente às novas formas de criminalidade que imergem na era digital (Machado & Santos, 2009).

Surge um novo paradigma nas interações entre os *media* e a justiça, gerando novas realidades como os "julgamentos mediáticos" e os "dramas públicos", que acabam por moldar novas morais e perspetivas do mundo (Machado & Santos, 2009). Graças às novas tecnologias, as audiências tradicionais estão a abandonar sua condição passiva de recetores de informação, estabelecendo novos parâmetros de interação e conectividade, atuando como "juízes" para julgar e caracterizar os crimes (Pacheco, 2019).

Além disso, as novas tecnologias proporcionam ao jornalismo novas ferramentas para relatar casos policiais, como o uso de conteúdos das redes sociais e câmaras de segurança. Estas tecnologias permitem aos jornalistas aceder imagens íntimas das vítimas, tornando-se um recurso iniludível na cobertura de casos comoventes (Focás & Galar, 2016). Moro (2015)

acrescenta que os recursos tecnológicos não apenas transmitem informação, mas também a interpretam e constroem, edificando imaginários sociais em torno da segurança e do delito.

Um ponto de inflexão na criminologia do controle ocorre devido aos avanços tecnológicos. Estes avanços não apenas privam os peritos e construtores de políticas públicas em segurança e delitos do seu discurso, mas também suplantam as funções e estratégias das polícias preventivas. O uso de unidades satélites, drones, aplicações telefônicas e veículos táticos exemplifica como essas inovações estão a alterar as diretrizes de atuação no âmbito da segurança pública (Santos & Jimenez, 2019).

Estes estudos realçam como a interseção dos meios de comunicação e das tecnologias avançadas está a transformar a criminologia, desde a percepção pública do crime até às estratégias de prevenção e controlo utilizadas pelas forças de segurança (Machado & Santos, 2009).

## II- Parte Empírica

### 1. Introdução

A presente investigação tem como objeto de estudo o crime mediático e a percepção da criminalidade: conflitos e impactos, e através dos dados coletados poderemos responder à questão central de investigação. Neste sentido, a questão central é como a exposição a notícias de crime por meio dos *meios de comunicação social* influencia a percepção de insegurança e medo ao crime na população portuguesa, e qual é o impacto desses meios na construção da realidade criminal. Assim sendo, pretendemos responder a perguntas mais específicas:

1. Como os fatores sociodemográficos (idade, género, educação, etc.) influenciam a percepção de vitimização percebida?
2. Existe uma conexão significativa entre a exposição a notícias de crimes e o crescimento dos sentimentos de medo ou de insegurança face ao crime?
3. Como as características sociodemográficas afetam na convergência do pensamento individual com o discurso difundido nos *media* sobre crimes?
4. Como os indivíduos interpretam a criminologia mediática e qual é a sua compreensão sobre o impacto desses meios na formação de opiniões?

De acordo com Firpo, Fortin, & Lemieux (2009), a pesquisa científica implica a realização de um processo sistemático de coleta de dados observáveis e verificáveis no mundo empírico, visando descrever, explicar, prever ou regular fenómenos. Neste estudo específico, os dados foram recolhidos utilizando um instrumento de recolha de dados (questionário) que nos permitiu a sua quantificação, de modo a podermos analisá-los através de estatística descritiva e correlacional.

Assim sendo, a pesquisa empírica tem como objetivo geral verificar o impacto que os meios de comunicação exercem na amostra selecionada na população portuguesa na percepção de insegurança e medo ao crime e ainda o impacto que os mesmos têm na construção da realidade criminal.

Como objetivos específicos pretendemos:

- Verificar se algumas características sociodemográficas selecionadas dos indivíduos da amostra do estudo empírico realizado e a exposição de notícias de crime influenciam o aumento do sentimento de medo ou insegurança ao crime nos mesmos;
- Averiguar se existe uma correlação entre as características sociodemográficas selecionadas dos indivíduos da presente amostra e se a percepção dos inquiridos reflete o discurso transmitido pelos média;
- Analisar ainda a percepção dos indivíduos da presente amostra sobre a criminologia mediática e perceber os grupos mais influenciados;
- Explicar as repercussões da criminologia mediática na amostra do presente estudo.

## **2. Método**

A metodologia escolhida para este estudo é quantitativa focando-se na quantificação dos dados por meio de métodos estatísticos para analisar dados numéricos. O objetivo é medir variáveis e estabelecer padrões ou relações entre as mesmas. Esta metodologia se caracteriza pela objetividade, replicabilidade e a habilidade de generalizar os resultados através de uma amostra para uma população mais ampla. Ainda se caracteriza por ser um estudo transversal por ser um tipo de pesquisa observacional que pretende a coleta de dados de uma população ou de uma amostra representativa num único momento (Coutinho, 2014).

No que diz respeito às técnicas de coleta de dados, recorreremos ao questionário via *online*, que consiste na administração de um conjunto estruturado de questões a um grupo de indivíduos. O objetivo é coletar dados acerca das opiniões, comportamentos, traços ou condições específicas dos inquiridos (Coutinho, 2014).

No referente ao desenho do estudo, este pode ser classificado como sendo correlacional, ou seja, procura estabelecer conexões entre duas ou mais variáveis, sem necessariamente estabelecer uma relação de causa e efeito. Permite ainda explorar e entender como variáveis podem estar interligadas em contextos complexos e multifacetados (Quivy & van Campenhoudt, 2008).

## **2.1. Amostra e participantes**

A amostra é uma fração da população que é selecionada para participar num estudo de investigação. Esta amostra deve ser representativa da população alvo para garantir uma maior diversidade e que os resultados possam ser generalizados (Coutinho, 2014). Neste sentido, na constituição da amostra foram considerados alguns critérios de inclusão/exclusão. Assim, optamos apenas pela inclusão de participantes que sejam residentes em Portugal, que sejam consumidores de notícias de crime nas mais variáveis plataformas, ainda que sejam maiores de 18 anos e por fim que decidam voluntariamente participar no estudo, sendo excluído qualquer indivíduo que não cumpra estas características. Desta forma, a amostra total do estudo compreendeu 221 indivíduos.

Consideramos importante ter variedade de sexos, idades, meios onde habitavam os possíveis participantes e suas habilitações académicas, ou seja, uma amostra que fosse diversificada. Pretendeu-se, por isso, que existisse variedade de características sociodemográficas para uma posterior análise das diferenças dessas características com o objeto do estudo.

## **2.2. Instrumento**

Para a realização da presente investigação foi aplicado um questionário elaborado especificamente pela própria autora e pelo orientador, inspirado em questões do inquérito nacional de vitimização e perceção sobre segurança pública do México (2023) e de Rodrigues (2017). O objetivo é avaliar o impacto que os *meios de comunicação social* e/ou as redes sociais têm na construção da realidade criminal transmitida pelos mesmos e como isso influencia e afeta a mesma população.

Deste modo, o questionário é constituído por quatro grandes grupos. No primeiro momento, as questões abordam as características sociodemográficas do indivíduo e os seus hábitos de consumo, como sexo, idade, habilitações académicas, meio onde habitam e, por último, onde costumam aceder às notícias de crime. No segundo momento, são efetuadas catorze questões, que se relacionam com a perceção que os indivíduos têm sobre a criminologia mediática. No terceiro grupo, são abordadas questões relacionadas com o sentimento que o crime provoca no indivíduo, sendo realizadas nove questões. O último grupo refere-se a questões relacionadas com as consequências de este discurso sobre o crime transmitido pelos meios, fazendo duas questões.

As questões do inquérito são fechadas, com perguntas com opções de resposta múltipla, dicotómicas e ainda com a escala de Likert. Todas estas questões permitir-nos-ão compreender qual é a influência dos *meios de comunicação social* nas perceções sobre o crime e as consequências do mesmo, e assim observar quais são os perfis de indivíduos mais influenciados e os meios que mais influenciam.

### **2.3. Procedimentos**

Com a obtenção do parecer positivo da comissão de ética da UFP (cfr. Anexo A), criou-se um questionário na plataforma online *Google Forms*. A divulgação foi feita essencialmente através da rede pessoal de amigos e familiares da investigadora e do orientador.

O questionário iniciou com a explicação da finalidade do estudo e do mesmo, sendo explicado que todas as respostas dadas seriam de cariz confidencial e anónimas, pelo que não deveriam indicar o nome em nenhuma página do questionário. Para tal efeito e para ficar por escrito, foi pedido aos inquiridos para assinarem um assentimento informado, colocando um X conforme foram informados e aceitaram realizar o questionário. No mesmo assentimento informado figura detalhadamente o objetivo do estudo e o método a utilizar para a recolha e análise dos dados. Neste sentido os dados referidos serão anteriormente analisados pela própria autora e só serão expostos no fim do estudo e com total confidencialidade.

Com a divulgação do inquérito conseguimos 221 inquéritos totalmente preenchidos, todos com o respetivo consentimento informado dos participantes. Após obter os dados, foi criada uma base de dados com a ajuda do software SPSS 2.0 (*Statistical Package for Social Sciences*), de modo a poder realizar posteriormente a análise dos dados recolhidos.

## **3. Resultados**

O presente capítulo pretende apresentar os resultados obtidos através das análises estatísticas realizadas aos dados recolhidos. A recolha de dados será alvo de um processo inicial de validação e posteriormente será introduzido no *software* utilizado para a análise (SPSS versão 2.0). Iniciaremos por apresentar as características sociodemográficas por grupos e posteriormente será feita a análise dos dados através dos resultados obtidos pela estatística descritiva (média) e pela estatística correlacional (Teste T, Anova e Spearman). Por

fim, iremos proceder à discussão dos resultados obtidos à luz da problemática teórica realizada anteriormente.

### 3.1. Caracterização da Amostra

A amostra é composta por 221 indivíduos, sendo 70,1% dos inquiridos do sexo feminino e 29,9% do sexo masculino (Tabela 1).

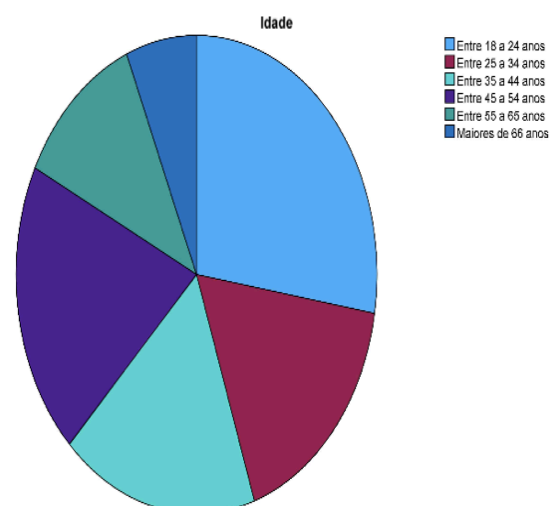
**Tabela 1: Distribuição da amostra de acordo com o sexo dos inquiridos**

Sexo	Frequência	%
Masculino	66	29,9
Feminino	155	70,1

Pelo que se refere à idade dos inquiridos, por uma questão de facilidade de análise, criaram-se 6 grupos etários desde os 18 anos até aos maiores de 66 (Tabela 2). Pode-se constatar que o escalão etário com maior predominância é entre os 18 até aos 24 anos com 27,6%, enquanto o menos representativo é os maiores de 66 anos com 6,3%.

**Tabela 2: Distribuição da amostra por grupos etários**

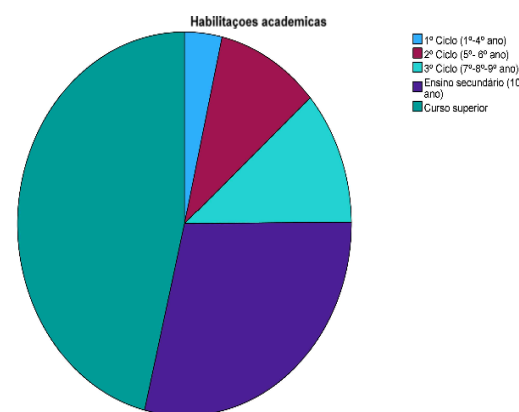
Grupo etário	Frequência	%
Entre 18 anos e 24 anos	61	27,6
Entre 25 anos e 34 anos	38	17,2
Entre 35 anos e 44 anos	39	17,6
Entre 45 anos e 54 anos	44	19,9
Entre 55 anos e 65 anos	25	11,3
Maiores de 66 anos	14	6,3



Relativamente às habilitações académicas, criaram-se 5 grupos de acordo com diferentes escalões de habilitações desde o 1ºCiclo até ao Curso superior. Deste modo, o grupo com mais predominância são indivíduos com curso superior com 46,2 % e o grupo com menos representatividade é o do 1ºCiclo com 3,6%.

**Tabela 3: Distribuição da amostra de acordo com as habilitações académicas dos inquiridos**

Habilitações académicas	Frequência	%
1º Ciclo (1º-4º ano)	8	3,6
2º Ciclo (5º- 6º ano)	22	10
3º Ciclo (7º-8º-9º ano)	25	11,3
Ensino secundário (10º-11º- 12º ano)	64	29
Curso superior	102	46,2



No que toca ao meio onde habitam, os indivíduos dividem-se entre o meio urbano e o meio rural, sendo que 79,6 % pertencem ao meio urbano e 20,4% pertencem ao meio rural.

**Tabela 4: Distribuição da amostra segundo o meio onde habitam os inquiridos**

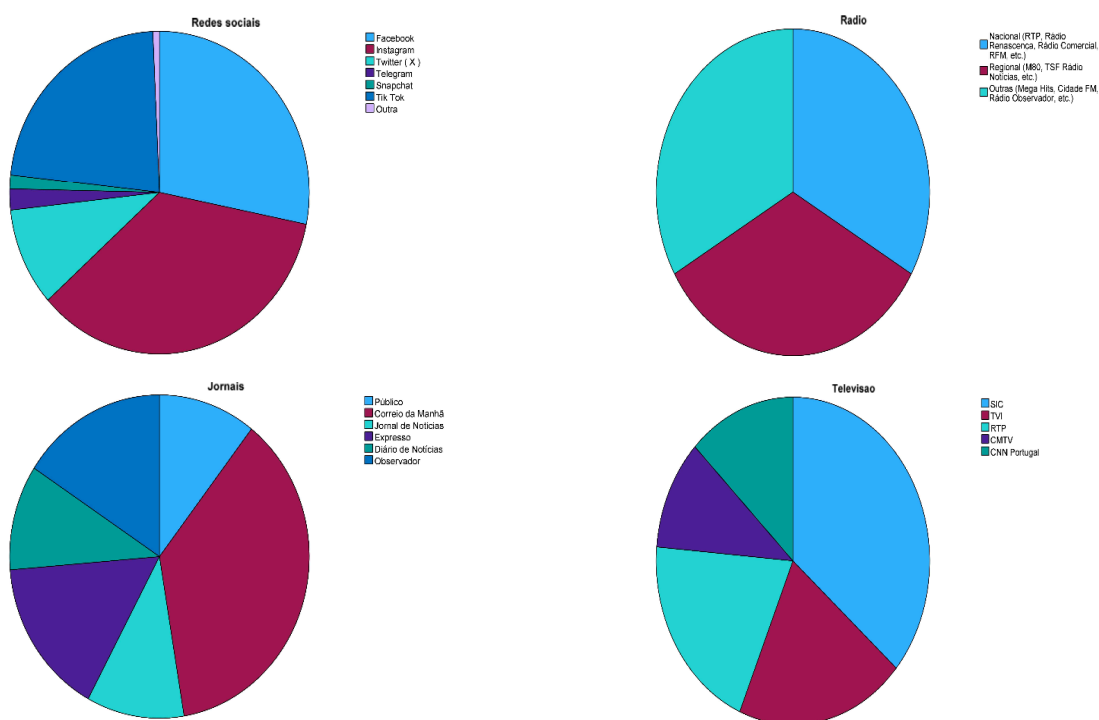
Meio	Frequência	%
Urbano	176	79,6
Rural	45	20,4

Por fim, relativamente ao meio de comunicação que os indivíduos utilizam, dividiu-se em 4 grupos diferentes sendo elas as redes sociais (64,3%), a televisão (25,8%), a imprensa escrita/digital (8,6%) e por fim a rádio (1,4%).

**Tabela 5: Meios de comunicação utilizados**

Meios de comunicação	Frequência	%
Redes sociais	142	64,3
Televisão	57	25,8
Imprensa escrita/digital	19	8,6
Rádio	3	1,4

De um modo mais específico, e de forma a perceber qual é o método mais influenciável, foram divididos os grupos anteriores em subgrupos. Deste modo, nas redes sociais o mais predominante é o *Instagram* com 22,6% e o *Facebook* com 18,1%, o menos predominante é o *Snapchat* com 0,9%, e “Outras” com 0,5%. Referente à televisão a mais vista é a SIC com 9%, e a que menos é assistida é a CMTV com 2,7%. Por outro lado, o jornal mais visto é o *Correio da Manhã*, enquanto o menos vistos são o Público com 0,9%, o *Jornal de Notícias* e o *Diário de Notícias*. Por fim, a rádio, tanto a nacional como a regional ou como “Outras”, tem o mesmo grau de representatividade com 0,5%.



**Tabela 6: Tempo de visualização por meios de comunicação**

Tempo de visualização	Redes sociais	Televisão	Imprensa	Rádio
Menos de 30 minutos	17 (7.7%)	14 (6.3%)	2 (0,9%)	1 (0,5%)
Entre 30min a 1h	31 (14%)	23 (10,4%)	10 (4,5%)	0
De 1h a 2h	51 (23,1%)	16 (7.2%)	6 (2,7%)	2 (0,9%)
De 2h a 4h	33 (14,9%)	4 (1.8%)	1 (0,5%)	0
Mais de 4h	10 ( 4,5%)	0	0	0

### 3.2. Análise de resultados

#### 3.2.1. Estudo comparativo sobre a percepção dos indivíduos quanto à criminologia mediática

A Pergunta 2 sobre os crimes mais frequentemente discutidos nos meios de comunicação na opinião dos inquiridos, revelou que os crimes contra a integridade física/psicológica são os mais mencionados (31,7%), seguidos pelos crimes de carácter sexual (20,8%) e crimes de corrupção (19,5%). Os crimes contra a honra foram os menos referidos, com apenas 1,8% das respostas. Não foram encontradas diferenças significativas entre os sexos ( $t(219) = -0,698$ ,  $p = 0,486$ ), nem entre os meios urbano e rural ( $t(219) = -0,241$ ,  $p = 0,810$ ). No entanto, a análise *post-hoc* com Dunnett's T3 mostrou uma correlação significativa entre as respostas e as habilitações académicas dos participantes ( $F(4,216) = 2,578$ ,  $p = 0,038$ ), indicando que as habilitações académicas podem influenciar a percepção sobre os crimes mais discutidos nos meios de comunicação.

**Tabela 7. Comparação entre o crime mais visto e as habilitações académicas dos inquiridos**

Habilitações Académicas	1ºCiclo	2ºCiclo	3ºCiclo	ES	CS	F	p
	M(DE)	M(DE)	M(DE)	M(DE)	M(DE)		
	2,875 (1,885)	3,454 (1,920)	3,444 (2,001)	4,546 (2,130)	3,902 (2,089)	2,578	0,038

Na pergunta 3 sobre o impacto dos meios de comunicação na sociedade revelou que a maioria dos inquiridos acredita que os meios exercem uma influência significativa: 37,1% responderam "algo" e 36,2% responderam "muito". Apenas 5% consideraram que os meios exercem "pouco" impacto, enquanto 21,7% optaram pela resposta neutra, "nem muito nem pouco". Foi realizado um teste t de amostras independentes para comparar as percepções de impacto entre os sexos, mas não houve diferenças significativas ( $t(219) = 0,996$ ,  $p = 0,320$ ), com médias de 4,08 (DP = 0,86) para o sexo feminino e 3,95 (DP = 0,91) para o masculino. Da mesma forma, não foram encontradas diferenças significativas entre os meios urbano e rural ( $t(219) = 0,763$ ,  $p = 0,446$ ), com médias de 4,068 (DP = 0,87) para o urbano e 3,955 (DP = 0,903) para o rural. A análise ANOVA também não revelou significância entre as respostas e a idade ( $F(5,215) = 1,462$ ,  $p = 0,204$ ), as habilitações académicas ( $F(4,216) = 0,638$ ,  $p = 0,636$ ) ou o meio de comunicação ( $F(3,217) = 2,132$ ,  $p = 0,097$ ).

Na Pergunta 4, a maioria dos respondentes (44,3%) disse que não sabe se os meios de comunicação influenciam as sentenças judiciais. Outros 38,5% acreditam que sim e 17,2% acham que não. Houve diferenças significativas nas respostas, dependendo do meio de comunicação (TV, rádio, Redes Sociais ou imprensa) utilizado, sendo que a TV foi o meio com maior impacto. A análise *post-hoc* confirmou essas diferenças ( $F(3,217) = 2,915$ ,  $p = 0,035$ ).

**Tabela 8.** Comparação entre a influência dos meios no sistema judicial em comparação com meios de comunicação

Meios de Comunicação	R-S	TV	Imprensa	Rádio	<b>F</b>	<b>p</b>
	M(DE)	M(DE)	M(DE)	M(DE)		
	2,035 (0,910)	2,263 (0,876)	1,578 (0,837)	2,333 (1,154)	2,915	0,0035

Além disso, foi encontrada uma correlação negativa significativa entre a localização de residência (urbana ou rural) e as respostas ( $r = -0,144$  e  $p = 0,032$ ), o que significa que o local onde a pessoa vive afeta sua opinião sobre a influência dos meios de comunicação no sistema judicial.

Na pergunta 5: “*Considera que os meios de comunicação afetam negativamente a imagem do poder judicial, do ministério público e todas as organizações pertencentes a este âmbito?*”, a resposta mais obtida foi o sim com 45,2%, o talvez obteve 40,3 % e o não com 14,5 %. Ainda na pergunta 6: “*Considera que nos títulos das notícias abunda muito o sensacionalismo dos diferentes tipos de crimes?*”, a resposta mais obtida foi o sim com 77,4%, o talvez obteve 18,6 % e o não com 4,1 %. As análises estatísticas realizadas nos dois casos não evidenciaram diferenças significativas nas respostas dadas a esta questão considerando sexo dos participantes da amostra, sua pertença a meio urbano ou rural, idade, habilitações académicas e o meio de comunicação utilizado.

Na pergunta 7, a maioria dos respondentes (49,3%) considerou inadequado o uso da imagem ou dados pessoais (como nome, nacionalidade, idade) dos envolvidos em casos criminais para relatar notícias. As respostas foram divididas entre não (49,3%), sim (29%) e talvez (21,7%). Foi realizado um teste t para comparar as respostas entre os sexos, e encontrou-se uma diferença significativa nas médias entre homens ( $M = 1,95$ ,  $DP = 0,68$ ) e mulheres ( $M = 1,86$ ,  $DP = 0,76$ ), embora a magnitude da diferença nas médias tenha sido pequena (diferença média = 0,091, IC 95%: -0,124 a 0,306). O valor p foi 0,404, indicando que as respostas não foram muito distintas entre os sexos. No resto das variáveis não observamos nenhuma relação.

A pergunta 8 abordou se os participantes consideram que a utilização de dados pessoais nos casos criminais ajuda a "vender" mais notícias. A maioria das respostas foi "sim" (76,5%), seguida de "talvez" (14,5%) e "não" (9%). Em relação à comparação entre os meios urbano e rural, foi feita uma análise estatística que revelou uma diferença significativa nas respostas. As pessoas de áreas urbanas tendem a concordar mais que as de áreas rurais com a ideia de que a divulgação desses dados ajuda a vender mais notícias. A diferença entre os dois grupos foi pequena, mas estatisticamente significativa ( $t = 1,407$ ,  $p = 0,130$ ), e o valor do teste de Levene foi 0,009, indicando que a dispersão das respostas é maior nas áreas urbanas.

A pergunta 9 analisou se, na opinião dos participantes, uma capa ou título de notícia com informações pessoais da vítima ou do agressor atrai mais atenção. A maioria (60,6%) considera que são os dados do agressor que geram mais interesse, enquanto 39,4% acredita que é a vítima que "vende" mais. Foi realizada uma análise entre os meios urbanos e rurais, e observou-se que as respostas dos participantes urbanos foram ligeiramente mais baixas do que as dos rurais. A diferença entre os dois grupos foi significativa ( $t = -1,614$ ,  $p = 0,095$ ), mas a magnitude dessa diferença foi pequena (diferença média =  $-0,13$ , IC 95%:  $-0,286$  a  $0,023$ ). O valor do teste de Levene foi inferior a  $0,001$ , indicando que a dispersão das respostas é muito diferente entre os dois grupos.

Na Pergunta 10: “*Considera que, em geral, as notícias respeitam os direitos das vítimas e dos familiares destas, ou seja, exercem um periodismo responsável?*” - a resposta mais obtida foi o “sim” com 55,7%, o talvez obteve 24,9 % e o não com 19,5%. E na Pergunta 11: “*Considera que os mass media informam ou usam os crimes para informar ou vender mais?*” - 80,5% consideram que tem a função de vender, enquanto 19,5% considera que tem a função de informar. Observamos que ambas análises estatísticas como na questão anterior não evidenciaram diferenças significativas com o sexo, a sua pertença a meio urbano ou rural, a idade, as habilitações académicas e o meio de comunicação utilizado.

Na Pergunta 12, a maioria das pessoas (45,2%) acredita que entre 50% a 75% das notícias publicadas nos meios de comunicação são sobre crimes. Outros 30,8% acham que fica entre 25% a 50%, 14,5% entre 0% a 25%, e 9,5% acreditam que é entre 75% a 100%. Observou-se uma relação significativa entre as respostas e as habilitações académicas ( $p = 0,039$ ) e o meio de comunicação ( $p = 0,017$ ). A análise *post-hoc* revelou que, de acordo com as habilitações académicas e o meio de comunicação (TV, rádio, imprensa), as respostas variam. Por exemplo, quem utiliza a TV como meio predominante, tem uma perceção diferente em relação à percentagem de notícias sobre crimes comparado a quem utiliza outros meios, da mesma forma que quem tem menores estudos acredita que existe maior presença de crimes do que aqueles com maior escolaridade.

**Tabela 9.** Comparação entre a percentagem de notícias entre as HA e MC

Habilitações Académicas	1ºCiclo	2ºCiclo	3ºCiclo	ES	CS	<b>F</b>	<b>p</b>
	M(DE)	M(DE)	M(DE)	M(DE)	M(DE)		
	2,250 (1,035)	2,227 (0,812)	2,640 (0,952)	2,734 (0,801)	2,392 (0,834)	2,571	0,039

Meios de Comunicação	RS	TV	Imprensa	Rádio	<b>F</b>	<b>p</b>
	M(DE)	M(DE)	M(DE)	M(DE)		
	2,577 (0,827)	2,228 (0,886)	2,789 (0,787)	2,000 (1,000)	3,483	0,017

A Pergunta 13 questionou se a forma como os meios de comunicação apresentam os crimes influencia a perceção da criminalidade. A maioria (62%) respondeu "sim", 27,1% "talvez" e 10,9% "não". Não houve diferenças significativas entre homens e mulheres ( $t(219) = 1,003$ ,  $p = 0,317$ ), mas a análise mostrou que os habitantes urbanos ( $M = 1,61$ ) e rurais ( $M = 1,77$ ) apresentaram diferenças significativas ( $t(219) = -1,079$ ,  $p = 0,313$ ), sendo que os habitantes rurais atendem a ser mais influenciáveis pelos meios de comunicação. Não foram encontradas diferenças significativas em relação à idade ou ao meio de comunicação. No entanto a análise correlacional revelou uma correlação negativa significativa entre as habilitações académicas e as respostas ( $r = -0,231$ ,  $p < 0,001$ ), sugerindo que pessoas com níveis mais elevados de escolaridade tendem a não se influenciar pela forma como os meios de comunicação apresentam a criminalidade em comparação com aquelas com menor escolaridade.

### 3.2.2. Estudo sobre o sentimento de medo/insegurança que o indivíduo tem em relação ao medo ao crime

A pergunta 1: “*Dos temas a seguir enumerados, quais são os que o preocupam?*”, com um 12,2%, encontramos a pobreza e os desastres naturais como os temas que mais preocupam, num segundo posto encontramos a corrupção com um 11,3%, em terceiro lugar o desemprego com um 10%, e numa quarta posição encontramos com um 9,5% a educação, o tráfico de drogas e o aumento dos preços. As análises estatísticas realizadas não evidenciaram diferenças significativas nas respostas dadas a esta questão considerando sexo dos participantes da amostra, sua pertença a meio urbano ou rural, idade, habilitações académicas e o meio de comunicação utilizado.

A Pergunta 2 sobre a segurança em Portugal mostrou que 61,1% consideram o país seguro e 32,6% o consideram inseguro. Não houve diferenças significativas entre sexos ou entre residentes urbanos e rurais. A análise por idade e meios de comunicação também não mostrou diferenças significativas. No entanto, foi encontrada uma relação significativa entre a perceção de segurança e as habilitações académicas. A correlação foi negativa ( $r = -0,229$ ,  $p < 0,001$ ), indicando que quanto maior a escolaridade, menor a perceção de insegurança.

Tabela 10.

*Comparação entre considerar Portugal um país inseguro/seguro e as HA dos inquiridos*

Habilitações Académicas	1ºCiclo	2ºCiclo	3ºCiclo	ES	CS	F	p
	M(DE)	M(DE)	M(DE)	M(DE)	M(DE)		
	1,875 (0,991)	2,272 (0,882)	1,680 (0,852)	1,671 (0,891)	1,480 (0,817)	1,023	0,003

Na questão: “*Já alguma vez foi vítima de algum crime?*” - a resposta mais obtida foi o não com 72,9, o sim obteve 21,7% e o talvez com 5,4 %. As análises estatísticas realizadas não evidenciaram diferenças significativas nas respostas dadas a esta questão considerando sexo dos participantes da amostra, sua pertença a meio urbano ou rural, idade, habilitações académicas e o meio de comunicação utilizado.

Em relação aos locais mais inseguros por parte dos inquiridos analisando os dados agrupados por características sociodemográficas revelou as seguintes tendências:

1. No Banco, a resposta predominante foi "Alguma Insegurança" (31,2%). A comparação entre homens ( $M = 2,65$ ,  $DP = 1,37$ ) e mulheres ( $M = 2,90$ ,  $DP = 1,24$ ) apresentou diferenças significativas ( $t = 1,279$ ,  $p = 0,203$ ) sendo que a pontuação dos homens foi menor que a das mulheres. Porém, não houve uma diferença significativa entre os diferentes moradores. Além disso, as habilitações acadêmicas tiveram uma correlação significativa com a percepção de insegurança ( $F(4,216) = 3,952$ ,  $p = 0,004$ ).
2. No Multibanco, a resposta predominante foi "Alguma Insegurança" (37,1%). Embora a média de percepção de insegurança entre homens ( $M = 3,33$ ,  $DP = 1,06$ ) e mulheres ( $M = 3,27$ ,  $DP = 1,14$ ) não tenha apresentado diferença significativa ( $t = -0,378$ ,  $p = 0,705$ ), observou-se uma tendência de insegurança mais elevada nas áreas rurais ( $M = 3,55$ ,  $DP = 0,98$ ) em comparação com as urbanas ( $M = 3,22$ ,  $DP = 1,11$ ), embora essa diferença não tenha sido estatisticamente significativa ( $t = -1,796$ ,  $p = 0,074$ ).
3. No Transporte Público, a resposta predominante foi também "Alguma Insegurança" (29,0%). A comparação entre homens ( $M = 3,13$ ,  $DP = 1,14$ ) e mulheres ( $M = 3,06$ ,  $DP = 1,12$ ) não revelou diferenças significativas ( $t = -0,473$ ,  $p = 0,637$ ), e o meio habitacional (urbano vs. rural) também não teve impacto significativo na percepção de insegurança ( $t = -1,389$ ,  $p = 0,166$ ). No entanto, observou-se uma correlação negativa significativa com a idade ( $r = -0,152$ ,  $p = 0,023$ ), indicando que pessoas mais jovens tendem a se sentir mais inseguras neste local.
4. Na Estrada, a resposta mais frequente foi "Pouco Inseguro" (28,5%), seguida de "Alguma Insegurança" (26,2%). Não houve diferenças significativas entre os sexos ( $t = -0,006$ ,  $p = 0,995$ ), nem entre os moradores urbanos ( $M = 2,76$ ,  $DP = 1,18$ ) e rurais ( $M = 3,08$ ,  $DP = 1,22$ ) ( $t = -1,617$ ,  $p = 0,107$ ). Fazendo uma análise correlacional com o coeficiente de Spearman, observamos que nenhuma das restantes variáveis apresenta nenhuma correlação.
5. No Jardim, a resposta predominante foi "Pouco Inseguro" (29,0%), seguida de "Alguma Insegurança" (22,6%). A comparação entre homens ( $M = 2,65$ ,  $DP = 1,20$ ) e mulheres ( $M = 2,80$ ,  $DP = 1,19$ ) também não revelou diferenças significativas ( $t = 0,841$ ,  $p = 0,400$ ), e o meio habitacional não teve impacto relevante na percepção de insegurança ( $t = -0,834$ ,  $p = 0,405$ ). No entanto, a idade teve uma correlação

significativa ( $F(5,215) = 2,606$ ,  $p = 0,026$ ), sugerindo que a percepção de insegurança varia de acordo com a faixa etária, sendo mais pronunciada entre as faixas etárias mais jovens.

6. Em Casa, a resposta mais comum foi "Nada Inseguro" (43,9%). Ao comparar as percepções de insegurança entre homens e mulheres, não houve diferenças significativas ( $t = -0,692$ ,  $p = 0,489$ ). A análise ANOVA não encontrou significância em relação à idade e o meio de comunicação. Mas sim que encontramos que os resultados indicam que existe uma correlação significativa entre as habilitações acadêmicas ( $p=0,006$ ), sendo que pessoas com diferentes níveis de escolaridade têm percepções distintas sobre a insegurança. assim como o meio habitacional ( $p=0,013$ ), sugerindo que quem habita em âmbitos mais urbanos sentem-se mais inseguros em comparação a quem vive em áreas rurais.
7. No Trabalho, a resposta predominante foi "Nada Inseguro" (33,5%). A comparação entre os sexos não revelou diferenças significativas ( $t = 0,437$ ,  $p = 0,663$ ). Da mesma forma, a análise entre as diferentes áreas. No entanto, observou-se uma correlação significativa com as habilitações acadêmicas ( $p = 0,007$ ) indicando que pessoas com diferentes níveis de escolaridade percebem a insegurança no trabalho de formas distintas.
8. Na Escola, a resposta mais comum foi "Nem Muito Nem Pouco Inseguro" (29,0%). Não foram encontradas diferenças significativas entre os sexos ( $t = -0,713$ ,  $p = 0,476$ ). Por outro lado, ao comparar os moradores urbanos ( $M = 2,38$ ,  $DP = 1,22$ ) e rurais ( $M = 2,80$ ,  $DP = 1,17$ ), a diferença foi significativa ( $t = -2,039$ ,  $p = 0,043$ ) indicando que moradores de áreas mais rurais se sentem mais inseguros na escola.
9. Ir às Compras teve como resposta predominante "Pouco Inseguro" (31,2%). Não houve diferenças significativas entre os sexos. Porém, entre os moradores urbanos ( $M = 2,51$ ,  $DP = 1,12$ ) e rurais ( $M = 2,91$ ,  $DP = 1,20$ ), foi encontrada uma diferença significativa ( $t = -2,080$ ,  $p = 0,039$ ) sugerindo que pessoas das áreas rurais percebe mais insegurança ao ir às compras do que os moradores de áreas urbanas. De igual forma as habilitações acadêmicas, sugere que a percepção de insegurança pode variar conforme o grau de educação dos inquiridos.
10. No Carro, a resposta mais frequente foi "Pouco Inseguro" (32,1%). Não foram observadas diferenças significativas entre os sexos ( $t = 0,339$ ,  $p = 0,735$ ). Contudo,

uma diferença significativa foi encontrada entre os moradores urbanos ( $M = 2,46$ ,  $DP = 1,21$ ) e rurais ( $M = 3,00$ ,  $DP = 1,38$ ) ( $t = -2,559$ ,  $p = 0,011$ ). Além disso, foi identificada uma correlação significativa com as habilitações acadêmicas ( $F(4,216) = 2,435$ ,  $p = 0,048$ ).

A Pergunta 13 sobre segurança ao andar sozinho na rua à noite revelou que a maior parte dos participantes sente “Alguma Insegurança” com 33,9%, o “Nem muito nem pouco” obteve 29,9%, o “muito inseguro” obteve 19,5%, o “Muito seguro” teve 5,4% e o “Seguro” com 11,3%. Fazendo uma análise correlacional com Spearman, observamos que o sexo tem um coeficiente de  $r = -0,229$  com um  $p < .001$  e apresenta uma correlação negativa significativa, ou seja, o sexo feminino tende a sentir maior medo. O resto das características não apresentou nenhuma correlação.

A análise da pergunta “*Sente medo de que alguma das seguintes situações lhe aconteça?*” revelou diferentes níveis de medo nas categorias estudadas.

1. Sobre o medo de ser agredido, a resposta mais comum foi “Algum medo” (33,5%), seguida de “Muito medo” (22,2%), “Pouco medo” (20,8%), “Nem muito nem pouco” (15,8%) e “Nenhum medo” (7,7%). Houve diferenças significativas entre mulheres ( $M=3,61$ ,  $DP=1,20$ ) e homens ( $M=2,95$ ,  $DP=1,24$ ), com  $t(219)=3,67$ ,  $p < 0,001$ , sendo que apresenta uma correlação negativa significativa. Além disso, moradores rurais ( $M=3,77$ ,  $DP=1,08$ ) relataram mais medo do que urbanos ( $M=3,32$ ,  $DP=1,27$ ),  $t(219)=-2,186$ ,  $p=0,018$ , sendo que existe uma correlação positiva;
2. No medo de ser agredido sexualmente, a resposta mais frequente foi “Muito medo” (34,8%), seguida de “Algum medo” (18,1%), “Nenhum medo” (17,6%), “Pouco medo” (17,2%) e “Nem muito nem pouco” (12,2%). Não houve diferenças significativas entre áreas urbanas e rurais,  $t(219)=-1,216$ ,  $p=0,523$ . A análise *post-hoc* do teste de Tukey mostrou uma relação com a idade,  $F(5,215)=2,917$ ,  $p=0,014$  o que nos indica que adultos mais jovens podem relatar maior medo devido à maior exposição percebida, enquanto adultos mais velhos podem sentir menos medo devido a fatores como mudanças na rotina ou percepção de risco. O sexo ( $r=-0,241$ ,  $p < 0,001$ ), e o meio de comunicação ( $r=-0,147$ ,  $p=0,029$ ) apresentaram correlações negativas

significativas, ou seja, essa correlação sugere que pessoas do sexo feminino, possivelmente associadas a escalões mais altos de medo, estão em contraste com pessoas do sexo masculino, que relatam menos medo. Da mesma forma que quanto mais uma pessoa está exposta a determinados meios de comunicação, menor é sua pontuação de medo de agressão sexual. Isso pode refletir a dessensibilização a notícias ou a uma percepção de controle maior devido à informação adquirida;

3. Sobre o medo de ser furtado/roubado, “Algum medo” foi mais comum (41,2%), seguido de “Muito medo” (26,2%), “Pouco medo” e “Nem muito nem pouco” (ambos com 14,5%) e “Nenhum medo” (3,6%). Não houve diferenças significativas entre áreas urbanas e rurais. Apenas o sexo mostrou correlação significativa ( $r=-0,241$ ,  $p<0,001$ ), com a a ideia de ter medo de ser vítima de furtado/roubado;
4. Para o medo de ser vítima de fraude, “Algum medo” foi mais frequente (37,6%), seguido de “Muito medo” (22,2%), “Nem muito nem pouco” (19,5%), “Pouco medo” (13,1%) e “Nenhum medo” (7,7%). Mulheres ( $M=3,62$ ,  $DP=1,11$ ) relataram mais medo do que os homens ( $M=3,33$ ,  $DP=1,35$ ),  $t(219) = 1,515$ ,  $p=0,133$ ). A média dos urbanos ( $M=3,43$ ,  $DP=1,22$ ) também foi menor que a dos rurais ( $M=3,93$ ,  $DP=0,98$ ),  $t(219)=-2,89$ ,  $p=0,005$ ). As análises de Spearman ainda reafirmaram que o sexo ( $r=-0,241$ ,  $p<0,001$ ), as habilitações acadêmicas ( $r=-0,168$ ,  $p=0,012$ ) e o meio de habitação ( $r=0,167$ ,  $p=0,013$ ) apresentaram correlações significativas, demonstrando que o sexo feminino tem mais medo em comparação aos homens. Isso pode estar relacionado a diferenças de percepção de risco ou experiências anteriores. O mesmo acontece com pessoas com maior nível de escolaridade, está associado a uma maior capacidade de identificar e evitar situações fraudulentas. E ainda pessoas que vivem em áreas rurais relatam mais medo de serem vítimas de fraude. Isso pode estar relacionado à menor familiaridade com transações online ou menor acesso a recursos de proteção e informação;
5. Por fim, no medo de ser vítima de homicídio, a resposta mais comum foi “Muito medo” (32,1%), seguida de “Pouco medo” (19,9%), “Nem muito nem

pouco” e “Algum medo” (ambos com 19,0%) e “Nenhum medo” (10,0%). Não houve diferenças significativas no meio habitacional. Apenas o sexo mostrou correlação significativa negativa ( $r=-0,241$ ,  $p<0,001$ ) em que sugere que pessoas do sexo feminino têm uma maior percepção de risco ou medo em relação a esse tipo de crime, em comparação aos homens.

A pergunta relativa ao facto de se o inquirido presenciou nos arredores das casas algumas situações, as mais relatadas são o consumo de álcool (20,8%), seguido por rixas (13,6%), roubos e invasões de propriedades (8,6%), e venda de produtos ilegais (6,3%). Ao analisar as respostas, não foram encontradas diferenças significativas entre os sexos, com médias de 6,96 para as mulheres e 5,87 para os homens. Também não houve diferenças significativas entre os moradores urbanos ( $M = 6,13$ ) e rurais ( $M = 8,62$ ). Em relação à idade e aos meios de comunicação, não se observou correlação significativa. No entanto, a análise revelou uma diferença significativa entre as habilitações académicas e as situações relatadas. As pessoas com menor escolaridade (1º Ciclo) relataram mais ocorrências ( $M = 19,00$ ) em comparação com as de níveis académicos mais elevados.

**Tabela 11.** Comparação entre situações que já precisou nos arredores de sua casa e as HA

Habilitações Académicas	1ºCiclo	2ºCiclo	3ºCiclo	ES	CS	F	p
	M(DE)	M(DE)	M(DE)	M(DE)	M(DE)		
	19,000 (38,644)	5,500 (5,002)	5,640 (4,395)	5,906 (4,413)	6,617 (4,438)	4,826	<0,001

Na Pergunta 8, sobre a possibilidade de ser vítima de um crime em 2024, 36,7% responderam "Talvez", 34,8% "Sim" e 28,5% "Não". Não houve diferenças significativas entre sexos ( $p = 0,510$ ) nem entre moradores urbanos e rurais ( $p = 0,223$ ). A análise de correlação mostrou que a idade ( $p = 0,004$ ) indicando que pessoas mais velhas tendem a perceber maior risco de serem vítimas. E o meio de comunicação ( $p = 0,012$ ) estão significativamente associados à percepção de risco. Isso sugere que quanto mais exposição ao meio de comunicação, maior a percepção de risco de ser vítima de crime.

Na Pergunta 9, sobre a segurança na via pública em 2024, 43,4% acreditam que ficará igual, 34,8% que vai piorar e apenas 4,1% que irá melhorar. As análises estatísticas realizadas não evidenciaram diferenças significativas nas respostas dadas a esta questão considerando sexo dos participantes da amostra, sua pertença a meio urbano ou rural, idade, habilitações académicas e o meio de comunicação utilizado.

### **3.2.3. Estudo comparativo sobre as consequências do discurso relativamente ao crime transmitido pelos meios de comunicação social**

Na análise de comportamentos que os inquiridos realizam por questões de segurança, analisou-se com base em género, idade, nível educacional, meio de residência e meios de comunicação. Na questão "*Evita contactos com determinadas pessoas*", 84,2% responderam sim e 15,8% não. Houve diferenças significativas entre homens ( $M=1,19$ ,  $DP=0,40$ ) e mulheres ( $M=1,14$ ,  $DP=0,35$ ), sendo que a magnitude das diferenças nas médias (diferença média =  $-0,055$ , IC 95%:  $-0,161$  a  $0,05$ ) foi significativa uma vez que a o valor *sig.* no teste de Levene o valor é igual ou inferior a 0,05, neste caso foi de 0,048, ou seja, as mulheres acabam por evitar mais o contacto com determinadas pessoas. Mas não observamos diferenças entre moradores urbanos e rurais.

Na questão "*Evita determinadas ruas ou locais*", 82,8% responderam sim. Em relação a correlação entre o evitar determinadas ruas ou locais e o sexo, a correlação é de 0,200 com  $p=0,003$  demonstra que a relação é positiva sugerindo que a diferença de sexos é significativa no que se refere em presenciar determinados lugares. De forma mais profunda, homens ( $M=1,28$ ,  $DP=0,45$ ) evitam mais que mulheres ( $M=1,12$ ,  $DP=0,32$ ). A idade demonstra uma correlação positiva significativa ( $r=0,214$ ,  $p=0,001$ ), sugerindo que a idade pode influenciar a percepção de segurança que os inquiridos terão em diferentes ruas. A correlação também é positiva e significativa entre o meio onde a pessoa vive influencia, ainda de forma leve, a decisão de evitar certas ruas, ou seja, a correlação demonstra que o meio de residência pode desempenhar um papel na forma como as pessoas percebem a segurança e a relação de frequentar determinadas áreas ou ruas. Isso pode estar associado a diferentes níveis de exposição a certos tipos de riscos ou preocupações com segurança, ou seja, moradores rurais ( $M=1,31$ ) tendem a evitar mais que urbanos ( $M=1,13$ ). No que se refere às habilitações académicas, a correlação é  $r=-0,235$  com  $p < 0,001$ , ou seja, a correlação é negativa e

significativa, o que sugere que quanto maior é o nível de habilitações, menor é a percepção de segurança em determinadas ruas. Por fim, os meios de comunicação apresentam uma correlação  $r=0,212$  com uma significância de  $p=0,002$ , indicando existir uma correlação positiva e significativa, o que sugere que as pessoas que utilizam determinados meios de comunicação têm maior tendência de evitar determinadas ruas, influenciados pela informação recebida.

Em "*Evita sair à noite*", 56,1% responderam não. A correlação entre evitar sair a noite e o sexo, podemos observar que  $r=0,258$ , com  $p < 0,001$  o que se considera que a correlação é moderada e significativa ou seja indica que o sexo influencia a percepção de segurança ao sair à noite, ou seja, homens ( $M=1,75$ ,  $DP=0,43$ ) evitam menos que mulheres ( $M=1,47$ ,  $DP=0,50$ ). Em relação a idade, a correlação é negativa com  $r=-0,065$  com  $p=0,335$  ou seja não indica uma relação estatisticamente relevante. O mesmo acontece com as habilitações acadêmicas com um  $r=-0,021$ , com  $p=0,761$ , ou seja, existe uma correlação positiva, mas não significativa, igualmente com o meio onde habita com  $r=0,40$  e  $p=0,558$ . Por fim, os meios de comunicação também não apresentam uma correlação significativa com  $r=0,023$  e  $p=0,736$ .

"*Tem fechaduras de segurança*" foi afirmado por 59,3%. Não houve diferenças significativas entre gêneros ou residências, mas pessoas com maiores habilitações acadêmicas valorizam mais esse item com uma correlação positiva e significativa embora seja fraca com as habilitações acadêmicas com  $r=0,135$  com  $p=0,045$ . Na questão "Comunica ausência para vigiar a casa", 54,3% responderam não, sem diferenças significativas observadas.

Sobre "*Deixar luz acesa ao sair*", 65,6% responderam não. Não houve diferenças por gênero mas em termos de residência, observamos que a pontuação média dos Urbano ( $M = 1,67$   $DP = 0,469$ ) é maior que a das Rural ( $M = 1,577$ ,  $DP = 0,499$ ). A idade demonstra uma correlação negativa significativa com  $r=-0,148$  com  $p=0,028$  na qual sugere que conforme a idade aumenta, as pessoas podem se sentir menos seguras ao não usar táticas como deixar a luz acesas como medida de segurança.

A pergunta "*Possui armas de defesa pessoal*" teve 82,4% de respostas negativas. Realizamos um teste t de amostras independentes para comparar a questão entre o sexo feminino e masculino. Houve diferenças significativas ( $t(219) = 1,893$   $p = 0,061$ ) com a

pontuação média dos Homens ( $M = 1,74$ ,  $DP = 0,44$ ) sendo menor que a das Mulheres ( $M = 1,85$   $DP = 0,35$ ). Ainda fez-se em relação ao meio urbano e rural. Houve diferenças significativas ( $t(219) = 2,232$   $p = 0,059$ ) com a pontuação média dos Urbano ( $M = 1,85$ ,  $DP = 0,35$ ) sendo maior que a das Rural ( $M = 1,71$   $DP = 0,45$ ). O nível educacional também está associado à posse de armas ( $r = 0,172$ ,  $p = 0,010$ ), com uma correlação positiva e significativa que sugere que quanto mais elevado o nível académico maior percepção de segurança ao estar ligado ao uso de armas de defesa. Ainda que fraca, existe uma correlação significativa com o meio onde habita ( $r = -0,149$ ,  $p = 0,027$ ), o que sugere que é menos provável que dependendo do meio as pessoas possuam armas de defesa para se proteger. O meio de comunicação mostra uma  $r = -0,138$  com  $p = 0,041$  o que sugere uma correlação negativa e significativa, indicando que conforme o meio para receber informações, há uma tendência para não possuir armas de defesa.

Na questão "*Pratica defesa pessoal*", 86,9% responderam não, sem diferenças significativas exceto no sexo em que a média dos Homens ( $M = 1,80$ ,  $DP = 0,40$ ) é menor que a das Mulheres ( $M = 1,89$   $DP = 0,305$ ).

Finalmente, a questão "*Possui equipamentos eletrónicos de segurança*" teve 62% de respostas negativas. Mulheres e moradores urbanos têm mais dispositivos, a pontuação média dos Homens ( $M = 1,54$ ,  $DP = 0,501$ ) é menor que a das Mulheres ( $M = 1,65$   $DP = 0,478$  e a pontuação média dos Urbano ( $M = 1,65$ ,  $DP = 0,477$ ) é maior que a das Rural ( $M = 1,48$   $DP = 0,50$ ). A idade mostra uma correlação negativa significativa com  $r = -0,139$  e  $p = 0,039$ , sugerindo que pessoas com mais idade tendem a preocupar-se menos por ter equipamentos eletrónicos para sua segurança. As habilitações académicas também têm uma correlação positiva e significativa ( $r = 0,178$  com  $p = 0,008$ ), sugerindo que os indivíduos com maior nível educacional podem valorizar mais os equipamentos eletrónicos como medida de segurança. O mesmo conseguimos comprovar com o meio onde habitam com  $r = -0,136$  e  $p = 0,043$  que sugere que o meio pode influenciar de forma leve a utilização de equipamentos eletrónicos. Também existe uma correlação negativa e significativa com os meios de comunicação ( $r = -0,203$ ,  $p = 0,001$ ), ou seja, conforme o meio utilizado, varia a utilização de equipamentos eletrónicos como medida de segurança diminui.

Por fim, relativamente às questões sobre como os inquiridos consideram se a justiça em Portugal é branda (65,1% concordam ou concordam totalmente com a afirmação,

enquanto um 29% dos inquiridos nem concorda nem discorda. É só um 5,9% discorda com a afirmação) A análise revelou uma correlação significativa entre essa opinião e o meio onde habitam (Teste T) e o meio de comunicação utilizado (Spearman). Embora a média das respostas dos residentes urbanos (M=3,818; DP=0,90) tenha sido ligeiramente superior à dos residentes rurais (M=3,80; DP=0,69), o teste de Tukey não indicou diferenças estatisticamente significativas. Contudo, a análise de variância revelou diferenças significativas entre os meios de comunicação ( $F(3,217)=3,394$ ,  $p=0,019$ ), com a imprensa a obter pontuações mais elevadas do que as redes sociais, televisão e rádio. Além disso, foi identificada uma correlação positiva entre o nível de escolaridade e a perceção de que a justiça é branda (coeficiente de correlação de Spearman = 0,135).

Relativamente à pergunta sobre se a polícia cumpre o seu trabalho, 39,4% concordam ou concordam totalmente, 32,6% não têm opinião e 28% discordam. As análises estatísticas (Teste T, ANOVA e Spearman) não evidenciaram correlações significativas entre essa opinião e características sociodemográficas dos inquiridos.

### **3.3. Discussão dos Resultados**

Com a realização deste questionário pretendeu-se verificar se as respostas dos inquiridos iam (ou não) ao encontro dos nossos objetivos e hipóteses de investigação. Iniciando pelo tema principal do nosso estudo, o meio de comunicação mais utilizado pelos inquiridos são as redes sociais (predominante o *Facebook*, *Instagram* e o *TikTok*) o que mostra que, ao contrário de outros estudos em que o meio de comunicação predominante seria a televisão, e mesmo sendo o que é mais visto (Rodrigues, 2017), tal não se verificou na presente investigação.

Iniciaremos por debater os resultados obtidos numa primeira fase fazendo referência à perceção dos indivíduos sobre a criminologia mediática e quais são os grupos mais influenciados. A forma como a notícia é recebida pode variar conforme as características sociodemográficas do recetor e a sua habilidade de filtrar as narrativas produzidas pelos média (Costa & Duarte, 2022). Por outras palavras, considerando as características sociodemográficas, na categoria do sexo, as mulheres estão entre os grupos mais vitimados, ou seja, apresentam maior medo e maior perceção do risco ao crime. As diferenças de sexo

são evidentes em todas as faixas etárias, de renda e graus de instrução (Özascilar, 2013). Isso deve-se a três fatores importantes: primeiro, o medo de agressões sexuais, que influencia significativamente a percepção de risco, além da preocupação constante de ser vítima de algum tipo de agressão. Em segundo lugar, o receio de agressão sexual também eleva o medo de outros tipos de crimes que envolvem a interação entre vítima e agressor (Özascilar, 2013). Por fim, essa percepção de risco impacta significativamente o modo de vida e a socialização das mulheres (Özascilar, 2013). No nosso caso em concreto conseguimos observar essas mesmas percepções, uma vez que as mulheres em comparação com os homens parecem, por um lado, evidenciar uma maior tendência para acreditar no que é transmitido pelos meios de comunicação, sugerindo que o sexo é um fator relevante na forma como as pessoas percebem o discurso mediático. Ainda são as mulheres que mais afirmam que estas mesmas notícias causam sentimentos de insegurança nelas com cerca de 65%, comparando com 45% dos homens. Esse dado sugere que o sexo feminino é mais suscetível à influência mediática.

Por outro lado, os aspetos da educação também têm um papel crucial na maneira como a *media* influencia a percepção de segurança. Entre a população com ensino obrigatório, 36,6% dependem da *media* convencional para informações sobre segurança pública, em contraste com aqueles com ensino superior, que optam por meios sociais e conversas com amigos e vizinhos (Hernández, 2015). No nosso estudo conseguimos comprovar exatamente o mesmo, ou seja, indivíduos com menor nível de escolaridade apresentaram uma maior tendência a acreditar que o discurso dos média sobre crimes é uma representação precisa da realidade, em contraste com aqueles com ensino superior. A correlação entre escolaridade e percepção sobre o discurso mediático foi significativa ( $p = 0,018$ ), sugerindo que níveis mais baixos de escolaridade estão associados a uma maior convergência com a narrativa dos média.

Outro grupo influenciado pela *media* são as pessoas mais idosas, que costumam sentir-se mais inseguras devido à sua maior vulnerabilidade, o que altera drasticamente a sua percepção de risco e o seu modo de vida para diminuir a exposição ao crime. A utilização da média mais convencional (TV, rádio e jornal) é mais comum entre as pessoas de idade (acima de 50 anos), enquanto o consumo de notícias pela internet é frequente entre os mais novos (menos de 50 anos). No nosso caso observamos o mesmo, ou seja, grupos etários mais avançados (55+ anos) também foram mais propensos a acreditar que o discurso mediático reflete a realidade (cerca de 72%), em comparação com os mais jovens (18 a 35 anos), cuja

média foi de (50%). A idade teve uma correlação positiva e significativa com a percepção do discurso dos média ( $\beta = 0,47$ ;  $p < 0,05$ ).

Outro fator influenciador parecer ser o local de residência, onde estudos apontam que este fator, acrescentando às relações entre a vizinhança, é um dos maiores filtros para as notícias sobre crime e polícia. Fatores ambientais e sociais também influenciam a percepção de risco, particularmente em regiões degradadas ou com infraestrutura urbana precária, onde os índices de criminalidade e incivildade são elevados. Nessas áreas, o temor e a percepção de perigo impactam a confiança e a coesão social, além de intensificar a tensão e desconfiança entre a comunidade e as instituições governamentais, tais como as forças policiais (Box, Hale & Andrews, 1988). Não são os indivíduos mais instruídos e residentes de bairros de classe média que têm a maior capacidade de análise sobre as notícias de crime e polícia. Ao contrário, são os moradores dos bairros pobres, cuja vivência permite-lhes contrapor às imagens que a média apresenta sobre o seu mundo, dos seus vizinhos e familiares. Eles sabem que as histórias narradas nos noticiários “não são bem assim” de acordo com o que vivenciam (Costa & Duarte, 2022).

No nosso estudo, o meio onde os indivíduos habitam também teve uma influência significativa na forma como a criminologia mediática afeta as suas percepções de segurança e convergência com o discurso dos média sobre crimes, sendo nas zonas urbanas que os indivíduos tendem a ser mais expostos a notícias sobre crimes, especialmente através da televisão e redes sociais. Nos centros urbanos, 75% dos inquiridos afirmaram consumir notícias de crime com maior frequência (mais de 4 vezes por semana), e 62% disseram que essas notícias influenciam diretamente a sua sensação de insegurança. A maior exposição às notícias e a maior densidade populacional nas áreas urbanas contribuem para uma percepção mais elevada de insegurança. Além disso, 58% dos residentes em zonas urbanas consideram que a criminalidade está em aumento constante, em parte devido à cobertura mediática intensa. Os residentes em zonas rurais tendem a ser menos expostos às notícias sobre crimes, com apenas 45% dos inquiridos dessas regiões relatando consumo frequente de notícias criminais. Este grupo mostrou uma maior tendência a acreditar que as notícias exageram a situação da criminalidade, com 60% dos indivíduos afirmando que o impacto mediático não reflete necessariamente a realidade das suas comunidades. Além disso, apenas 35% dos inquiridos nas zonas rurais disseram sentir-se inseguros em consequência direta das notícias mediáticas sobre crimes. Portanto, o meio habitacional impacta não apenas o grau de

exposição, mas também a forma como as notícias são interpretadas. As zonas urbanas, com maior exposição e densidade de notícias sobre crimes, são associadas a uma maior sensação de insegurança, enquanto nas zonas rurais a menor frequência de consumo mediático resulta numa perceção mais moderada sobre a criminalidade.

Por último, o meio de comunicação com maior influência negativa foi a televisão com cerca de 70% dos inquiridos a afirmarem que assistem a notícias sobre crimes na televisão e 60% desse grupo declarou que essas notícias afetam diretamente a sua perceção de segurança (Rodrigues, 2017). Outros meios, como jornais *online* e redes sociais, têm uma influência significativa, mas menor (35% e 30%, respetivamente), mostrando que a televisão ainda é o meio dominante na formação de opiniões sobre criminalidade em Portugal.

Passando agora a analisar como os indivíduos se apercebem e interpretam a criminologia, depende exclusivamente, do tempo de exposição, aqueles com maior exposição a notícias de crime (mais de 4 vezes por semana) apresentaram uma perceção mais alarmista da criminalidade (média de 4,5), em comparação com os que tinham baixa exposição (menos de 2 vezes por semana), cuja média foi de 3,2. O coeficiente de regressão para a exposição mediática foi significativo ( $\beta = 0,49$ ;  $p < 0,001$ ), indicando que a exposição frequente aumenta significativamente a perceção de criminalidade.

No entanto, Santos e Jimenez (2019) ressaltam que os perigos de crimes violentos diferem de acordo com gênero, a idade e origem étnica, sendo uma forma de "violência sistémica" que discrimina indivíduos conforme a sua identidade social. Estudos indicam que mulheres, crianças e pessoas idosas são mais vulneráveis a serem vítimas de violência em ambientes domésticos do que em espaços públicos. Especialmente as mulheres sentem-se mais vulneráveis nas suas casas, onde os agressores são frequentemente conhecidos, expondo dinâmicas de poder e exclusão social (Pain, 2000). Grande parte dos nossos inquiridos reconhece que os meios de comunicação têm um papel central na amplificação da sensação de insegurança. Cerca de 58% dos entrevistados afirmaram que as notícias sobre crimes "exageram" a verdadeira realidade da criminalidade, sugerindo que estão cientes do efeito distorcido que os média podem causar. No entanto, aqueles com menos escolaridade ou mais idade tendem a tomar as informações mediáticas como um reflexo direto da realidade, o que indica uma compreensão menos crítica sobre o impacto da média.

A literatura neste sentido alerta-nos que a distribuição social do medo do crime segue as linhas de poder e exclusão, reforçando estereótipos negativos de certas identidades sociais e evidenciando as complexas relações de poder na construção do medo do crime (Pain, 2000). As subculturas juvenis, gangues femininas, diversidades sexuais e novos tipos de família são vivenciados como ameaças aos valores sociais, gerando medo da imoralidade e da perda de segurança (Santos & Jimenez, 2019). Isso reflete questões sociológicas sobre os valores que estruturam a ordem social e o papel da mídia na significação dessas práticas, que tendem a influenciar a coesão e tensão social. No nosso estudo observamos que os dados sugerem que indivíduos mais expostos a notícias de crimes desenvolvem uma opinião mais alarmista sobre a criminalidade em que dentro desse grupo, 65% afirmaram que acreditam que o nível de criminalidade está em constante aumento, comparado com apenas 40% daqueles que são menos expostos (menos de 2 vezes por semana). Parece existir, de facto, uma relação entre a frequência de exposição e a percepção de insegurança.

Passando agora à hipótese sobre se existe uma conexão significativa entre a exposição a notícias de criminosos e o crescimento do sentimento de medo ou insegurança ao crime, podemos afirmar que essa correlação existe e que provoca nos indivíduos mudanças no comportamento. De facto, 75% dos entrevistados mudaram os seus hábitos de vida em resposta a crimes ou notícias sobre crimes, o que sugere que a exposição a essas informações impacta diretamente o comportamento e a percepção de segurança das pessoas (Molinas, 2021).

O aumento do medo também é outra das consequências, pois 60% das pessoas afirmam sentir medo de serem vítimas de um crime e que 78% têm medo de sair de casa à noite. Isso é uma indicação clara de que a exposição contínua as notícias sobre criminalidade contribui para o aumento do medo e da insegurança (Bauman, 2006; Santos & Jiménez, 2019). Esse medo pode ser exacerbado por uma cobertura mediática que enfatiza a violência e a criminalidade (Zaffaroni, 2023). Ainda 86% das pessoas acreditam que o crime está a aumentar, mesmo quando as estatísticas podem não refletir um aumento real, sugere que a narrativa da mídia e a forma como as notícias são apresentadas podem distorcer a percepção pública da criminalidade. Essa percepção deve-se à crença de que a exposição a crimes influencia a opinião pública e o medo pode estar relacionada em que a exposição constante a relatos de crimes pode fazer com que as pessoas acreditem que o mundo é mais perigoso do

que realmente é (Morales, 2014). Por fim, fatores emocionais - De facto, 60% das pessoas afirmam que o medo que sentem em relação ao crime afeta a sua saúde mental, o que evidencia uma conexão emocional entre a exposição a notícias de criminalidade e o bem-estar psicológico, reforçando a ideia de que essa exposição não é apenas informativa, mas também prejudicial. Todos estes fatores fazem com que os indivíduos sintam insegurança em andar sozinhos (a maioria dos participantes (33,9%) sente "Alguma Insegurança" ao andar sozinho à noite, enquanto 19,5% se sentem "Muito Inseguros"), de ser agredidos (a maior parte da amostra (33,5%) sente "Algum medo" de ser agredido e 22,2% sentem "Muito medo"), de ser vítima de Crime, entre outros aspetos. Embora não tenhamos dados diretos que conectem a exposição a notícias de crime com as perceções de insegurança, os sentimentos de medo e insegurança estão presentes nas respostas dos participantes, especialmente em relação à segurança pública e à perceção de crimes (Focas & Kessler, 2015; Molinas, 2021).

Passando às consequências específicas da criminologia mediática, observamos um aumento do medo em relação à violência, o que pode provocar alteração de comportamentos diários, ainda numa perceção de insegurança geral (60% dos entrevistados afirmam que sentem que não estão seguros nas ruas da cidade comparando com anos anteriores) (Rodrigues, 2017; Zaffaroni, 2023). Isto provoca uma desconfiança nas instituições públicas, sendo que 76% dos entrevistados sente que a violência não é suficientemente combatida pelas autoridades, isso sugere uma falta de confiança nas instituições responsáveis pela segurança. A sensação de insegurança gerada pela média pode influenciar a formulação de políticas públicas, levando a um aumento em investimentos em segurança, vigilância e policiamento. Essa resposta pode ser desproporcional em relação às taxas reais de criminalidade, uma vez que as perceções são moldadas mais pela cobertura mediática do que pela realidade. Por último, temos a estigmatização e criação de estereótipos, dando ênfase na criminalidade associada a certos grupos sociais o que pode intensificar estereótipos negativos, conforme indicado pela perceção de que a criminalidade é mais prevalente em áreas específicas. Isso pode resultar em discriminação e marginalização de comunidades, exacerbando tensões sociais e contribuindo para uma maior divisão entre grupos (Zaffaroni, 2023).

Passando agora a diferenças entre os grupos sociodemográficos, observamos que os mais jovens, que podem ser mais influenciados pela média digital e redes sociais, podem ter

uma percepção de risco diferente em comparação com os mais velhos, que podem ter uma experiência mais direta com a criminalidade. O medo pode levar os jovens a evitarem áreas que consideram perigosas, enquanto os mais velhos podem se sentir mais vulneráveis, gerando ansiedades sobre a segurança (Romero e Vergara, 2020). Em termos de sexo, o feminino geralmente relata um medo maior em relação à violência, especialmente em relação à violência sexual. Isso pode resultar em comportamentos de precaução mais acentuados entre mulheres, que podem evitar certas situações ou lugares. Em relação à educação e à renda, pessoas de baixa renda podem estar mais expostas à criminalidade e, conseqüentemente, podem perceber uma insegurança maior. Aqueles com maior educação podem criticar a cobertura mediática, mas ainda assim sentir o impacto do medo. Como consequência, pode influenciar o engajamento em iniciativas comunitárias ou na busca por segurança (Zaffaroni, 2023). Ainda na localização geográfica, os residentes de áreas urbanas tendem a relatar uma percepção de insegurança mais elevada e, impulsionada pela cobertura mediática sobre crimes. Isso pode resultar numa demanda maior por segurança e vigilância nessas áreas, enquanto as áreas rurais podem não sentir a mesma pressão, embora possam ser impactadas por estigmas relacionados à criminalidade urbana (Focas & Kessler, 2015). Por fim, uma experiência pessoal prévia com o crime, seja como vítima ou testemunha, pode amplificar a sensação de medo, conforme indicado pelos dados. Como consequência, aqueles que já foram vítimas de crime podem ter um nível de medo mais elevado e um comportamento mais defensivo em comparação com aqueles sem experiências diretas (Garland, 2019).

As características sociodemográficas e a exposição a notícias de crime não atuam isoladamente. Por exemplo, uma mulher jovem de uma classe social baixa que consome frequentemente notícias sensacionalistas sobre crime pode experimentar um nível de medo mais elevado do que um homem idoso de classe média que tem um entendimento mais crítico sobre o tema. Assim, a combinação de fatores como gênero, idade, educação e meio, junto com a intensidade e a natureza da exposição a notícias, pode amplificar ou mitigar a sensação de insegurança (Zaffaroni, 2023).

Passando agora a ver as repercussões da criminologia mediática nas pessoas, observamos que a maioria dos inquiridos (84,2%) responde afirmativamente a evitar contactos com certas pessoas. As correlações com outras variáveis (sexo, idade, habilitações

académicas, meio de habitação e meio de comunicação) são fracas e não significativas. Isso sugere que a decisão de evitar contactos não é fortemente influenciada por fatores demográficos. Mas pode estar mais relacionada a experiências pessoais de insegurança ou então pode-se especular que pessoas em contextos urbanos, onde a percepção de criminalidade pode ser mais elevada, sentem uma pressão maior para evitar contactos (Zaffaroni, 2023). O mesmo acontece com evitar determinadas ruas ou locais, com exceção de que a percepção de segurança varia entre homens e mulheres. Além disso, a idade mostra uma correlação positiva significativa ( $r=0,214$ ,  $p=0,001$ ), sugerindo que pessoas mais velhas tendem a evitar mais ruas, devido a uma maior preocupação com a segurança. O mesmo acontece com o facto de evitar sair à noite, o sexo feminino e pessoas mais jovens podem ser mais impactadas pela percepção de insegurança, levando-as a evitar sair à noite. Tudo isto pode causar nesses indivíduos repercussões negativas ao nível da ansiedade e do medo como mencionado anteriormente e ainda a comportamentos de distanciamento.

Em relação a medidas de segurança em casa, indicando que pessoas com maior nível académico tendem a valorizar mais a segurança em casa, estando mais conscientes dos riscos de segurança, portanto mais propensas a investir em medidas de segurança. Em relação a armas de defesa pessoal, é mais propenso em homens com baixo nível académico comparando com aqueles com maior nível educacional tendem a ter uma percepção diferente da segurança, talvez optando por alternativas não letais.

Com o objetivo de analisar a percepção dos cidadãos sobre as instituições do estado, observamos que a elevada percentagem de pessoas que acreditam que a justiça é branda pode indicar uma insatisfação generalizada com o sistema judicial. Isso pode levar a um clamor por reformas ou mudanças na legislação penal muitas vezes irracionais (Machado e Santos, 2009; Zaffaroni, 2023). No nosso inquérito concluímos que as pessoas com maior nível educacional tendem a criticar mais o sistema, possivelmente porque estão mais informadas sobre as suas falhas e limitações. A análise ANOVA revelou que existe uma correlação significativa entre a percepção de que a justiça é branda e o meio de comunicação utilizado, com os resultados indicando que a imprensa teve uma pontuação mais alta em comparação com as redes sociais e a televisão (Rodrigues, 2017). Em relação ao trabalho desempenhado pelos agentes da autoridade, revelam uma insatisfação considerável. Embora não haja diferenças significativas entre grupos sociodemográficos em relação a essas percepções, a

influência dos meios de comunicação é um fator relevante que molda a opinião pública neste assunto, sendo, não raras vezes, responsáveis por discursos contraditórios em relação ao trabalho dos agentes de autoridade (Ribeiro & Pimenta, 2022; Zaffaroni, 2023).

Em suma, podemos dizer que a forma como as pessoas tendem a informar-se impacta no seu comportamento em relação à segurança, fazendo com que estas sejam mais propensas a adotar comportamentos mais ou menos defensivos. Quanto maior o nível de educação e maior o acesso às fontes de informação, mais é provável que as pessoas avaliem os riscos de maneira mais racional e menos emocional.

### **III- Conclusão**

Com a elaboração deste estudo, conseguimos concluir que a criminologia mediática é a construção de uma realidade impulsionada pelos meios de comunicação de massa, que se caracteriza pela informação, subinformação e desinformação, moldando a percepção do público sobre questões criminais. Como consequência, essa realidade transmitida pelos meios de comunicação se caracteriza por ser a principal fonte de informação para a maioria das pessoas, especialmente em relação a crimes, desordem e controle social. Como resultado, surgem conceitos como o medo ao crime, o sentimento de insegurança e a teoria do pânico moral, que acabam tornando-se nos efeitos negativos dessa realidade imposta pela mídia que desempenha um papel fundamental na construção e amplificação, selecionando eventos que provocam uma forte reação social e envolvem a sociedade como um todo contra os que cometem crimes.

Nesse sentido, os meios de comunicação social utilizam ferramentas para impulsionar esses discursos como a estigmatização de determinados grupos para sensacionalizar as suas notícias de crime, alimentando estereótipos e mitos, como é o caso do uso da figura da vítima-herói e dos "delinquentes", criando uma distinção entre pessoas decentes e uma massa de criminosos. Como resultado da utilização desses conceitos, os meios de comunicação distorcem a realidade. Isso ocorre quando os meios de comunicação mercantilizam as notícias de crime, focando-se no sensacionalismo e na emoção, em vez de fornecer um contributo educacional. Isso é realizado por meio da sobre-representação de crimes violentos nos meios de comunicação, criando uma falsa sensação de aumento da criminalidade e levando à perda de confiança nas instituições responsáveis pela segurança pública.

Deste modo, acredito que os criminólogos tendo estudado o fenómeno criminal, deveriam inserir-se também neste âmbito para mostrar à sociedade, com dados mais objetivos, o que realmente está por detrás de um crime, sempre mostrando a verdadeira face do acontecimento. O meu papel como futura criminóloga é também o de promover esta problemática e divulgar a necessidade de realizar estudos sobre o que acontece em Portugal e na Europa, porque até ao dia de hoje são poucos os estudos que se realizam e a grande maioria são da América Latina.

Como mencionado anteriormente, a minha principal motivação para investigar sobre este tema foi o facto de se tratar de uma problemática com tão pouco reconhecimento, apesar de a observamos todos os dias, tanto em meios digitais como escritos. Assim, considero que é essencial agir para parar com a chamada criminologia mediática e educar a sociedade para ter dados objetivos do que realmente acontece no fenómeno criminal e não cair num medo irracional nem numa indústria de segurança, que é também publicitada pelos mesmos meios.

Assim sendo, a presente investigação conseguiu dar resposta ao objetivo geral uma vez que se verificou que os meios de comunicação exercem um impacto negativo na amostra estudada e, como consequência, na perceção de insegurança e medo ao crime, o que, por sua vez, influenciam como os indivíduos observam o fenómeno criminal. Os resultados apontaram que as mulheres, as pessoas mais idosas e pessoas com menor escolaridade são mais suscetíveis à influência mediática, exibindo maior medo e sensação de insegurança. A televisão continua a ser o meio mais influente, com uma forte ligação entre a frequência de exposição a notícias criminais e o aumento do medo. Mas o meio de comunicação mais utilizado pelos inquiridos foram as redes sociais. Além disso, observamos que o ambiente urbano intensifica o sentimento de insegurança, enquanto as áreas rurais apresentam perceções mais moderadas sobre a criminalidade.

Com a realização deste estudo conseguimos aperceber-nos de várias limitações no mesmo e esperamos que as mesmas possam eventualmente constituir incentivo a investigação futura. Por um lado, o facto de se ter como fonte um instrumento de investigação proveniente de uma realidade que é de um contexto social bastante diferente do vivenciado em Portugal em alguns aspetos, pelo que é importante criar instrumentos de pesquisa empírica que nos deem uma perspetiva ainda mais próxima da nossa realidade. De facto, observou-se que, uma vez aplicado, existiam questões que não faziam muito sentido no nosso contexto. Por outro lado, seria interessante ter conjugado outro tipo de análise de dados, como seria o caso de

análise de conteúdo de notícias de diferentes meios de comunicação (televisão, imprensa, rádio, redes sociais), de modo a compreender, de uma forma mais detalhada, as possíveis influências de cada meio nas pessoas e de como exploram o fenômeno criminal.

A realização de entrevistas semidiretivas a informantes privilegiados, seguindo uma metodologia qualitativa, também poderá constituir uma boa pista futura para investigação, procurando-se assim obviar ao uso exclusivo de metodologia quantitativa e tentar analisar as percepções e significados que essas pessoas possuem sobre o tema em análise.

Também seria interessante comparar as narrativas apresentadas pelos meios de comunicação em relação a como foram realmente julgadas e processadas e, por sua vez, comparar com as estatísticas oficiais e perceber se realmente existe uma agenda *setting*.

Por último, há que destacar que a amostra que obtivemos, embora não tivéssemos esse objetivo, não é muito representativa, o que dificultou algumas análises estatísticas realizadas com algumas variáveis sociodemográficas.

Por fim, corroborando Zaffaroni (2023), podemos afirmar que as pessoas que todos os dias caminham nas ruas e nos acompanham no autocarro e no metro têm uma visão da questão criminal que é construída pelos *media* (ou seja, alimentam-se ou sofrem da chamada criminologia mediática). Geralmente esta parte da sociedade não frequenta institutos de criminologia nem lê trabalhos especializados. Dessa forma, como criminóloga penso que devemos fazer com que essa criminologia deixe de influenciar a sociedade e educar de forma consciente sobre o fenômeno criminal. Espero que esse seja, humildemente, o maior contributo que esta dissertação possa conter.

## Referências Bibliográficas

Abanto, M. (2016). La criminología mediática y su influencia en la percepción del delito. *Revista de Ciencias Penales*, 34(2), 145-165.

Acosta, R. (2016) Criminología mediática: La construcción de la cuestión criminal por los medios de comunicación [Dissertação de mestrado não publicada, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Académico Universidad de San Martín de Porres.  
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/2180>

Almeida, D. (2020). La construcción de la realidad por los mass media y las sensibilidades y mentalidades sociales desencadenadas respecto al crimen y punición. *Revista Científiques de la Universitat de Barcelona*, 20, 227-266.

Basualdo, C. (2015). O papel dos meios de comunicação na criminalização de comportamentos. *Revista de Sociologia*, 18(1), 77-89.

Cohen, S. (2011). *Folk devils and moral panics: The creation of the mods and rockers* (1972). Routledge.

Costa, A. T. M., & Duarte, M. O. (2022). A mídia e o medo do crime no Distrito Federal. *Opinião Pública*, 28(2), 1-17. <https://doi.org/10.1590/1807-01912022282487>

Coutinho, C. (2014). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas*. Almedina.

Dorfman, L. & Schiraldi, V. (2001). Off balance: Youth, race & crime in the news. Building Blocks for Youth. [Em linha]. Disponível em <<http://cclp.org/documents/BBY/offbalance.pdf>> [Consultado em junho de 2024]

Durkheim, E. (1982). *The rules of sociological method*. Free Press.

Fernández, S. (2020) *Vítima-Héroe* [Em linha]. Disponível em <<http://www.ecosistemajuridico.com/2020/04/victima-heroe.html?m=1>> [Consultado em mayo de 2024]

Fonticoba, T. (2015). La criminología mediática, versión contemporánea de Beccaria acerca de “la opinión que atormenta”. *Unión Nacional de Juristas de Cuba*, 7, 164-175.

Firpo, S., Fortin, N. M., & Lemieux, T. (2009). Unconditional quantile regressions. *Econometrica*, 77(3), 953-973 <https://doi.org/10.3982/ECTA6822>

Focás, B. (2013). Inseguridad: En busca del rol de los medios de comunicación. *Trama Comunicación*, 17(1), 63-81.

Focas, B., & Galar, S. (2016). Inseguridad y medios de comunicación: Prácticas periodísticas y conformación de públicos para el delito en Argentina (2010-2015). *Delito y Sociedad*, 25(41), 69-88. <https://doi.org/10.14409/dys.v25i41.6191>

- Focás, B. M., & Kessler, G. (2015). Inseguridad y opinión pública: debates y líneas de investigación sobre el impacto de los medios. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 19, 87-104. <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2015.07.001>
- Gaibor Iza, P. C. (2020). *Criminología mediática y victimología del miedo* (Serie Magíster, No. 285). Quito, EC: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Garland, D. (2019). SOBRE O CONCEITO DE PÂNICO MORAL: ON THE CONCEPT OF MORAL PANIC. *Delictae Revista De Estudos Interdisciplinares Sobre O Delito*, 4(6), 36–78. <https://doi.org/10.24861/2526-5180.v4i6.90>
- Gerbner, G. (1973). Cultural indicators: The third voice. In Gerbner, G., Gross, L. & Melody, H. (Eds.), *Communications technology and social policy* (pp. 555-573). Wiley.
- Gomes, S. (2015). *Media e crime: dos media e da construção das realidades criminais*. In I. Cunha (Ed.), *Do crime e do castigo: Temas e debates contemporâneos* (pp. 81–98). Lisboa: Editora Mundos Sociais.
- Gomes, S, Sardá, T & Granja, R (2022). *Crime, Justiça e Média: Debates Sobre Representações Mediáticas e Desafios Atuais, Comunicação e Sociedade*, 42, 7-24. [https://doi.org/10.17231/comsoc.42\(2022\).4467](https://doi.org/10.17231/comsoc.42(2022).4467)
- Hall, S., Critcher, C., Edwin, P., & Thompson, K. (1978). *Policing the crisis: Mugging, the state, and law and order*. Palgrave Macmillan.
- Hernández, C. (2015). El pánico moral mediatizado. *Flacso, Revista de ciencias sociales*. 26, 211-215.
- INEGI (2023) Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública [Em linha]. Disponível em <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/107765/2/219365.pdf> >[Consultado em janeiro de 2024]
- Kessler, G. (2009). *El sentimiento de inseguridad: Sociología del temor al delito*. Siglo XXI.
- Kostenwein, E. (2019). Pánicos morales y demonios judiciales. Prensa, opinión pública y justicia penal. *Revista socio-jurídicos*. 21(2), 15-50. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/sociojuridicos/a.7808>
- Krüger, P. (2014). Justicia mediática. *Revista Jurídica IUS Doctrina*, Vol. 2. Nº 3.
- Lazarsfeld, P. F., & Katz, E. (1948). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Free Press.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Free Press.
- Luhmann, N. (2000). *The reality of the mass media*. Stanford University Press.

- Machado, H. & Santos, F. (2008). Crime, drama e entretenimento, o caso Maddie e a meta-justiça popular na imprensa portuguesa. *Oficina do CES*, 310.
- Machado, H., & Santos, F. (2009). A moral da justiça e a moral dos media: Julgamentos mediáticos e dramas públicos. *Oficina do CES*, 333.
- Manchado, M. C., & Morresi, Z. R. (2017). De vítimas a victimarios: Sobre la racionalidad mediática-penal. *Trama Común*, 21(1).
- Mantilla, T. (2018). *Criminología mediática, influencia de los medios de comunicación en la creación del tipo penal homicidio culposo por mala práctica profesional en el Ecuador* [Pontificia Universidade Católica do Equador]. Repositório PUCE. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/15675/Criminolog%C3%ADa%20Medi%C3%A1tica%20-%20Cd..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Medranda, D., & Anchundia, M. (2019). Sensacionalismo e cobertura mediática do crime. *Comunicação & Sociedade*, 31(2), 134-155.
- Molinas, D. B. (2021). Influencia de la televisión en la percepción de inseguridad y miedo al delito de la población paraguaya. *Revista Internacional de Investigaciones en Ciencias Sociales*, 17(1), 1-15. <https://doi.org/10.18004/riics.2021.junio.158>
- Moro, M. (2017). *Miedo, control social y política criminal: una visión multidisciplinar de la seguridad, derechos y libertades*. Dykinson. Biblioteca de criminología.
- Monteiro, J. (2011). *A Repercussão Mediática da Sentença do Processo Casa Pia*. [Dissertação de mestrado não publicada, Universidade da Beira interior]. Repositório digital da UBI. <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/1306>
- Morales, S. (2014). *Medios de comunicación y sentimiento de inseguridad: un recorrido por sus abordajes y nuevas preguntas*. *Delito y sociedad*, 37 (1), 113-131.
- Orriaga, M. (2019). Litígios de relaciones públicas y justicia mediática. *Hologramática*, 31(1), 23-45. ISSN-e 1668-5024.
- Pacheco, S. (2019). *¡Luces, cámara, prisión! La influencia de los medios de comunicación en la política criminal peruana- año 2017*. Huancayo, Universidad Continental.
- Rey, M., & Miranda, S. (2019). O impacto das novas mídias digitais na criminologia mediática. *Criminologia Digital*, 9(1), 102-125.
- Ribeiro, S., & Pimenta, J. (2022). Política criminal y papel de los medios de comunicación en la prevención o normalización de la criminalidad: un estudio exploratorio-descriptivo en Barranquilla. [Tese de doutoramento não publicada, Universidad de Simón Bolívar.

Repositorio digital Universidad de Simón Bolívar.  
<https://bonga.unisimon.edu.co/items/bfa616fd-004f-4c82-9b89-dc6958353eb0>

Rodrigues, A. C. (2017). *O impacto das notícias de crime na sociedade portuguesa* [Universidade do Porto]. Repositório Aberto da Universidade do Porto.  
<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/107765/2/219365.pdf>

Romero, G., & Vergara, P. (2020). Criminalidade moderna: Um fenômeno social de desvio. *Revista de Ciências Criminais*, 28(3), 66-91.

Sánchez, M. del R. (2021). Vivir en la inseguridad: Relatos sobre el delito y el control. *Latinoamérica. Revista de Estudios Latinoamericanos*, 18, Artículo 471.  
<https://doi.org/10.35305/lt.v18i0.471>

Santos, T. A., & Jiménez, M. A. (2019). El miedo de las víctimas: Diseccionando la Criminología del Control. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 24(2, Esp.), 133-153.  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.3344872>

Sartori, G. (1998). *Homo videns: La sociedad teledirigida*. Taurus.

Silvestre, M. J. C., & Ferreira, C. (2013). As crianças protagonistas de notícias: Sujeitos e objectos de crime. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 36(1).  
<https://doi.org/10.1590/S1809-58442013000100005>

Sistema de Segurança Interna. (2024). *Relatório Anual de Segurança Interna 2023*. Secretaria-Geral do Sistema de Segurança Interna.

Surette, R. (1998). *Media, crime, and criminal justice: Images and realities* (2nd ed.). Wadsworth Publishing.

Tavosnanska, N. et al. (2015). *El delito como espectáculo. Reflexiones criminológicas sobre cómo los medios de comunicación tratan las cuestiones vinculadas con el delito*. Repositorio digital Institucional Universidad de Buenos Aires, Pensar en Derecho.

Quivy, R. e Campenhoudt, L. V. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva.

Thukral, P., & Kainya, V. (2022). How social media influence crimes. *Indian Journal of Law and Legal Research*, 4(2), 1-11  
<https://doi-ds.org/doilink/04.2022-64941518/IJLLR/V4/I2/A18>

Traquina, N. (1997). *Big Show Media*. Editorial Notícias

Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. Free Press.

Wacquant, L. (2020). *Punishing the Poor: The Neoliberal Government of Social Insecurity*. Duke University Press.

Young, J. (2002). *The Exclusive Society: Social Exclusion, Crime and Difference in Late Modernity*. Sage.

Zaffaroni, E. (2009). *En busca de las penas perdidas*. Ediar.

Zaffaroni, E. (2012). Delincuencia urbana y victimización de las víctimas. *Archivos de Criminología, Seguridad Privada y Criminalística*, 4(9), 1-12.

Zaffaroni, E. (2023). *La cuestión criminal*. Ediciones Olejnik.

**ANEXOS**

## Anexo A – Parecer da Comissão de ética da UFP



UNIVERSIDADE FERNANDO PESSOA

*Das coberturas à alma  
e oichdar(a).*

*[Signature]*  
26.03.2024

Exmo. Senhor  
Prof. Doutor Pedro Reis  
Diretor da FCHS

Nº	Data
FCHS/MCRI – 551/24	26 de Março de 2024

Exmo. Senhor Professor Doutor,

A Comissão de Ética analisou o projeto de Mestrado em Criminologia apresentado por Sofia Alexandra dos Santos Ferreira, intitulado "Crime mediático e percepção da criminalidade: Conflitos e impactos".

O objetivo geral do estudo é verificar a influência que os meios de comunicação podem exercer na percepção de insegurança e medo ao crime na população portuguesa e ainda o impacto que os mass media têm na construção da realidade criminal em Portugal. O projeto tem, ainda como objetivos específicos: verificar se algumas características sociodemográficas selecionadas e a exposição de notícias de crime influenciam o aumento do sentimento de medo ou insegurança ao crime; verificar se existe uma correlação entre as características sociodemográficas selecionadas e se a percepção dos inquiridos reflete o discurso transmitido pelos média; analisar a percepção dos inquiridos sobre a criminologia mediática e procurar compreender quais os grupos mais influenciados; verificar as repercussões da criminologia mediática.

A Comissão de Ética considera o estudo pertinente. Todas as questões éticas estão bem acauteladas.

Deste modo, a Comissão de Ética considera nada haver a opor quanto à realização deste projeto.

Com os melhores cumprimentos,

A Presidente da  
Comissão de Ética da UFP

*Inês Lopes Cardoso*  
Inês Lopes Cardoso



FUNDAÇÃO ENSINO E CULTURA "FERNANDO PESSOA"

NPC. 502 057 602 • Reg. Comercial nº26 Conservatória do Registo Comercial do Porto

FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS  
Praça 9 de Abril, 349 • 4249-004 Porto • Portugal  
T. +351 22 507 1300\* • <https://www.ufp.pt>  
geral@fundacaofernandopessoa.pt

FACULDADE DE CIÊNCIAS DA SAÚDE  
Rua Carlos da Maia, 296 • 4200-150 Porto • Portugal  
T. +351 22 507 4630\* • <https://www.ufp.pt>  
geral@fundacaofernandopessoa.pt

FACULDADE DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA  
Praça 9 de Abril, 349 • 4249-004 Porto • Portugal  
T. +351 22 507 1300\* • <https://www.ufp.pt>  
geral@fundacaofernandopessoa.pt

\* (chamada para a rede fixa nacional)

Anexo B – Questionário aplicado à amostra selecionada no presente estudo empírico

GRUPO I: Características sociodemográficas:

<p>1. Sexo:</p> <p><input type="checkbox"/> Feminino</p> <p><input type="checkbox"/> Masculino</p> <p><input type="checkbox"/> Outro</p>
<p>2. Idade:</p> <p><input type="checkbox"/> 18 anos a 24 anos</p> <p><input type="checkbox"/> 25 anos a 34 anos</p> <p><input type="checkbox"/> 35 anos a 44 anos</p> <p><input type="checkbox"/> 45 anos a 54 anos</p> <p><input type="checkbox"/> 55 anos a 65 anos</p> <p><input type="checkbox"/> Mais de 66</p>
<p>3. Habilitações literárias</p> <p><input type="checkbox"/> 1º Ciclo (1º-4º ano)</p> <p><input type="checkbox"/> 2º Ciclo (5º- 6º ano)</p> <p><input type="checkbox"/> 3º Ciclo (7º-8º-9º ano)</p> <p><input type="checkbox"/> Ensino secundário (10º-11º-12º ano)</p> <p><input type="checkbox"/> Curso superior</p>
<p>5. Meio em que habita a maioria do tempo:</p> <p><input type="checkbox"/> Meio urbano</p> <p><input type="checkbox"/> Meio rural</p>
<p>6. Que meios utiliza para aceder às notícias ?</p> <p><input type="checkbox"/> Imprensa escrita/ digital</p> <p><input type="checkbox"/> Público</p> <p><input type="checkbox"/> Correio da Manhã</p> <p><input type="checkbox"/> Jornal de Notícias</p> <p><input type="checkbox"/> Expresso</p> <p><input type="checkbox"/> Diário de Notícias</p> <p><input type="checkbox"/> Observador</p> <p><input type="checkbox"/> Outras: _____</p> <p><input type="checkbox"/> Televisão</p> <p><input type="checkbox"/> SIC</p> <p><input type="checkbox"/> TVI</p> <p><input type="checkbox"/> RTP</p> <p><input type="checkbox"/> CMTV</p> <p><input type="checkbox"/> CNN Portugal</p> <p><input type="checkbox"/> Outras: _____</p> <p><input type="checkbox"/> Rádio</p>

- Nacional (RTP, Rádio Renascença, Rádio Comercial, RFM, etc.)
- Regional (M80, TSF Rádio Notícias, etc.)
- Outras (Mega Hits, Cidade FM, Rádio Observador, etc.)
- Redes sociais :
  - Instagram
  - Facebook
  - Twitter (X)
  - Tiktok
  - Outras: \_\_\_\_\_

**GRUPO II: Perceção sobre a criminologia mediática.**

1. Em média, quanto tempo destina a ver ou ler estes meios de comunicação durante o dia ?

- Menos de 30 minutos
- De 30min a 1hora
- De 1 hora a 2 horas
- De 2 horas a 4 horas
- Mais de 4 horas

3. Como receptor de notícias, quais são os crimes na sua opinião com maior frequência publicados ou discutidos nos meios de comunicação?

- Crimes contra a propriedade
- Crimes contra a integridade física / psicológica
- Crimes de carácter sexual (violações, etc.)
- Crimes contra a honra
- Crimes relacionados com o tráfico
- Crimes contra a vida
- Crimes de corrupção
- Outros

4. Considera que através das notícias, os meios de comunicação exercem algum impacto na sociedade ?

- |            |                       |                       |                       |                       |                       |           |
|------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------|
|            | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |           |
| Sim, muito | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Não, nada |

5. Considerando que exercem algum tipo de impacto na sociedade, considera que foram proferidas sentenças de processos em que os meios de comunicação tenham publicado ou discutido, que tenham sido influenciadas pelo que é discutido pelos media?

- Sim
- Não
- Talvez

6. Considera que os meios de comunicação afetam negativamente a imagem do poder judicial, do ministério público e todas as organizações pertencentes a este âmbito?

- Sim
- Não
- Talvez

7. Considera que nos títulos das notícias abunda muito o sensacionalismo dos diferentes tipos de crimes?

- Sim
- Não
- Talvez

8. Considera adequado que se utilize a imagem ou dados pessoais como nome, nacionalidade, idade, entre outros, dos envolvidos nos casos (vítimas, agressores, etc.) para relatar a notícia?

- Sim
- Não
- Talvez

9. E considera ainda que a utilização dos mesmos acha que ajuda a “vender” mais?

- Sim
- Não
- Talvez

10. Na sua opinião, considera que "vende" mais, uma capa / título de notícia, em que são apresentadas informações pessoais da vítima, ou do agressor?

- Vítima
- Agressor

11. Considera que, em geral, as notícias respeitam os direitos das vítimas e dos familiares destas, ou seja, exercem um jornalismo responsável?

- Sim
- Não
- Talvez

12. Considera que os mass media informam ou usam os crimes para informar ou vender mais ?

- Informar
- Vender

13. Dentro das notícias que são publicadas nos mass media, estime a percentagem de notícias de crimes atualmente?

- 0% - 25 %
- 25% - 50%
- 50% - 75%
- 75% - 100%

14. Considera que a forma como os meios de comunicação apresentam os factos criminais influencia na percepção, representação e compreensão da criminalidade?

- Sim
- Não

Talvez

**GRUPO III: Sentimento que o crime provoca**

1. Dos temas que vou passar a enumerar, quais são os três que mais lhe preocupam?

- Pobreza
- Desemprego
- Tráfico de drogas
- Aumento dos preços
- Insegurança
- Desastres naturais
- Corrupção
- Educação
- Saúde
- Justiça demasiado branda
- Outra.

2. Em termos de delinquência, considera Portugal um país...

- Seguro
- Inseguro
- Não sabe/ não responde

3. Já alguma vez foi vítima de algum crime?

- Sim
- Não
- Talvez

4.

Em termos de delinquência considera-se seguro / inseguro em ... \*

	Nada inseguro	Pouco inseguro	Nem muito ne...	Alguma insegu...	Muito inseguro
casa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trabalho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Escola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ir às compras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Banco	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Multibanco na ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transporte pub...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Carro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jardim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5.

Em termos de delinquência, quão seguro se sente em andar sozinho na rua à noite? \*

	1	2	3	4	5	
Muito seguro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito inseguro

6. Quanto medo sente de 0 a 5 (considerando 1 como nenhum medo e 5 com muito medo) que este tipo de crime lhe aconteça?

- |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> Ser agredido -----                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> Ser sexualmente agredido -----      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> Ser furtado -----                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> Ser roubado -----                   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> Que lhe assaltem a casa -----       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> Que lhe furem/ roubem o carro ----- | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <input type="radio"/> Vítima de homicídio -----           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

7. Nos arredores da sua casa já presenciou/ ouviu que algumas destas situações tenham acontecido?

- Consumo de álcool na rua
- Grupos violentos
- Rixas entre vizinhos
- Venda ilegal de tabaco, drogas ou álcool ou produtos ilegais
- Violência policial contra indivíduos
- Invasão de propriedades
- Consumo de drogas
- Roubos ou furtos
- Disparos
- Prostituição
- Secuestros
- Homicídios
- Nenhuma das anteriores

8. Considera que, ainda em 2024, possa ser vítima de um crime na rua?

- Sim
- Não
- Talvez

9. Considera que, em 2024, a segurança na via pública vai:

- Melhorar
- Ficará igual ao ano anterior
- Piorar
- Não sabe

#### **GRUPO IV: Consequências do discurso transmitido pelos meios sobre o crime**

1. Por razões de segurança,....

1. Evita contactos com determinadas pessoas
  - SIM
  - NÃO
2. Evita determinadas ruas ou locais
  - SIM
  - NÃO
3. Evita sair à noite
  - SIM
  - NÃO
4. Tem fechaduras de segurança
  - SIM
  - NÃO
5. Quando sai de casa por mais de 2 dias, comunica a alguém para ir vigiar a sua casa?
  - SIM
  - NÃO
6. Costuma usar alguma tática como deixar a luz acesa, quando sai de casa à noite?
  - SIM

- NÃO
7. Possui armas de defesa pessoal em casa para se defender?
- SIM
- NÃO
8. Pratica algum desporto de defesa pessoal para se proteger?
- SIM
- NÃO
9. Tem na sua habitação, equipamentos eletrónicos de segurança?
- SIM
- NÃO

2. De modo geral, considera que a justiça é branda em Portugal ??

Discordo total...    Discordo    Nem concordo...    Concordo    Concordo total...

3. De um modo geral, a polícia cumpre com o seu trabalho em Portugal??

Discordo total...    Discordo    Nem concordo...    Concordo    Concordo total...