



**UNIVERSIDADE
FERNANDO
PESSOA**

A Representação do Crime nos Meios de Comunicação e o Seu Impacto na Sociedade

[The Representation of Crime in the Media and Its Impact on Society]

Projeto de Graduação

1ª Ciclo de Estudos em Criminologia

Diana Sofia Oliveira

Orientador:

Professor Doutor Pedro Cunha

Junho, 2025

Diana Oliveira
2022111936@ufp.edu.pt

Projeto de Graduação

Universidade Fernando Pessoa
Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Porto, 2025

2022111936@ufp.edu.pt

Projeto de Graduação

Diana Sofia Oliveira

(Diana Sofia Oliveira)

Projeto de Graduação apresentado
à Universidade Fernando Pessoa
como parte dos requisitos para
obtenção do grau de Licenciatura
em Criminologia, sob a orientação
científica do Professor Doutor
Pedro Cunha

Resumo

A presente proposta tem como objetivo principal apresentar uma investigação detalhada e aprofundada sobre a forma como o crime é representado nos meios de comunicação social, bem como analisar de que modo essa representação influencia o medo do crime e o sentimento de insegurança na população em geral. A representação do crime nos média exerce um papel significativo na construção das percepções sociais acerca da criminalidade, podendo afetar diretamente o comportamento e as atitudes dos cidadãos face à segurança pública.

O projeto está organizado em duas grandes partes: a primeira parte possui um cariz teórico, onde se pretende explorar e aprofundar a compreensão sobre a influência dos meios de comunicação na percepção pública do crime, por meio da análise das principais teorias existentes e dos estudos empíricos que abordam esta temática. A segunda parte do projeto tem uma natureza empírica e propõe a realização de um estudo baseado numa abordagem quantitativa, através da aplicação de inquéritos estruturados a uma amostra diversificada e representativa da população. O objetivo principal deste estudo é analisar de forma rigorosa o impacto das representações mediáticas do crime, identificar diferenças nas percepções entre indivíduos que apresentam distintos níveis de exposição a este tipo de conteúdo e perceber até que ponto os participantes reconhecem possíveis exageros, distorções ou enviesamentos presentes na forma como o crime é retratado pelos meios de comunicação social.

Nas reflexões finais, serão apresentadas as possíveis contribuições e limitações do estudo empírico proposto, bem como sugestões e pistas para investigações futuras que possam contribuir para um conhecimento mais aprofundado nesta área.

Palavras-chave: crime; meios de comunicação; medo do crime; sentimento de insegurança

Abstract

This proposal aims primarily to present a detailed and thorough investigation into how crime is represented in the media, as well as to analyze how this representation influences the fear of crime and the feeling of insecurity among the general population. Crime representation in the media plays a significant role in shaping social perceptions of criminality, potentially directly affecting citizens' behavior and attitudes towards public safety.

The project is organized into two main parts: the first part has a theoretical nature, aiming to explore and deepen the understanding of the media's influence on public perception of crime through the analysis of key existing theories and empirical studies addressing this topic. The second part of the project is empirical and proposes conducting a study based on a quantitative approach, through the application of structured surveys to a diverse and representative sample of the population. The main objective of this study is to rigorously analyze the impact of media representations of crime, identify differences in perceptions among individuals with varying levels of exposure to this type of content, and understand to what extent participants recognize possible exaggerations, distortions, or biases present in the way crime is portrayed by the media.

In the concluding reflections, the possible contributions and limitations of the proposed empirical study will be presented, along with suggestions and directions for future research that may contribute to a deeper understanding in this area.

Keywords: crime; media; fear of crime; feeling of insecurity

Índice

Introdução.....	1
Capítulo I. Enquadramento Teórico	
1. Enquadramento Jurídico e Social do Crime.....	3
1.1 Conceito jurídico.....	3
1.2 O Crime Como Fenómeno Social.....	3
1.2.1 Teoria da Rotulagem.....	3
2. A Representação do Crime nos Meios de Comunicação.....	4
2.1 Criminologia Mediática.....	5
2.2 Estereótipos e Sensacionalismo.....	6
3. Impactos na Sociedade.....	7
3.1 Sentimento de Insegurança.....	7
3.2 Medo do Crime.....	8
3.3 Teoria do Cultivo.....	9
Capítulo II. Estudo Empírico	
1. Objetivos.....	11
1.1 Gerais.....	11
1.2 Específicos.....	11
2. Método.....	12
3. População-alvo e Amostra.....	12
4. Instrumentos.....	13
5. Procedimentos.....	13
6. Resultados esperados.....	14
Reflexões Finais.....	16
Referências Bibliográficas.....	17
Anexos.....	19
1. Proposta de inquérito.....	20

Introdução

O crime, enquanto fenómeno presente na sociedade, é um género narrativo recorrente nos meios de comunicação, como filmes, séries, documentários e telenovelas. Trata-se de um dos géneros que mais atrai o público em geral, em comparação com outros (Oliveira et al., 2024).

Para além da tendência dos média em explorarem de forma exagerada o tema do crime, soma-se a isso a forma como são relatadas as histórias dos supostos criminosos e das respetivas vítimas, bem como os sentimentos que essas narrativas despertam no público que assiste, contribuindo para a perpetuação de estereótipos relacionados ao crime (McCombs *cit in*. Gomes, 2015).

Os meios de comunicação vão além do entretenimento, estes influenciam diretamente a forma como percebemos a sociedade e os valores que consideramos corretos ou errados. Os média tendem a exibir o crime de forma distorcida, ou seja, exageram com frequência a ocorrência e a gravidade de determinados crimes que, na realidade, são pouco comuns. (Cashmore *cit in*. Romão 2023)

A perceção que a maioria das pessoas têm do crime não se baseia em experiências pessoais, mas sim em narrativas construídas pelos meios de comunicação. Poucas pessoas são vítimas ou testemunhas de crimes graves, o que significa que a imagem que constroem da criminalidade provém, maioritariamente, do que veem ou leem nos média (Gomes, 2023).

Em certos contextos, os média podem atuar como agentes de prevenção do crime. Quando os conteúdos são produzidos de forma consciente e alinhados com os princípios culturais e éticos da sociedade, os mesmos podem fortalecer valores positivos e ajudar a prevenir comportamentos criminosos. No entanto, se a produção de conteúdo for feita sem critérios, sem conhecimento especializado ou sem um objetivo construtivo, os meios de comunicação podem ter efeitos inversos, contribuindo para o aumento da criminalidade e da desinformação (Nevisi et al., 2024).

Este projeto está dividido em dois capítulos: a parte teórica e a parte empírica. No primeiro capítulo, é feito um enquadramento teórico que começa por abordar o conceito de crime, tanto do ponto de vista jurídico quanto como um fenómeno social. Em seguida, analisa-se a forma

como o crime é representado nos meios de comunicação, abordando-se a criminologia mediática, os estereótipos e o sensacionalismo. Por fim, discute-se os impactos dessa representação na sociedade, com destaque para o sentimento de insegurança, medo do crime e a teoria do cultivo.

Já no segundo capítulo é elaborada uma proposta de estudo empírico, onde estão apresentados os objetivos gerais e específicos, o método, a amostra selecionada, o instrumento de recolha de dados, os procedimentos a seguir, bem como as conclusões relativas aos resultados esperados. Por fim, é feita uma breve reflexão final sobre o projeto apresentado.

Capítulo I - Enquadramento Teórico

1. Enquadramento Jurídico e Social do Crime

1.1 Conceito Jurídico

No Código de Processo Penal, o crime é definido como a conduta a que a lei atribui uma pena ou uma medida de segurança (art.1.º, n.º 1, al. a)). Para que uma conduta seja considerada crime, deve reunir quatro condições: tipicidade; ilicitude; culpa; punibilidade. Ou seja, deve estar prevista como crime na lei, ser contrário ao Direito, haver responsabilidade pelo ato e existir uma punição adequada, necessária e proporcional.

1.2. O Crime Como Fenómeno Social

Para além da sua definição jurídica, o crime pode ser entendido também como um fenómeno social que vai além da simples violação das leis. Está intimamente ligado às condições sociais, culturais e económicas de uma sociedade. Por isso, entender o crime implica olhar para os fatores sociais que influenciam o comportamento humano e como a sociedade reage a esses comportamentos, o que inclui a forma como os indivíduos são rotulados e tratados devido aos seus atos.

1.2.1 Teoria da Rotulagem

Nesse sentido, segundo Becker (1963), o desvio não está no ato em si, mas no facto de outras pessoas aplicarem regras e imporem sanções a quem o comete, ou seja, o crime não se torna crime pela sua natureza, mas como foi interpretado e entendido como tal pela sociedade (Becker, 1963).

Esta perspetiva insere-se naquilo que ficou conhecido como a teoria da rotulagem ou *labeling approach*. Becker na obra “Outsiders” (1963) é reconhecido como o fundador desta

teoria, na qual defende que o comportamento desviante é construído socialmente. Esta é uma das muitas teorias que explicam o crime enquanto fenómeno social.

Para o autor desta teoria, o crime não é algo inerente a certos comportamentos, mas sim algo que é definido pela sociedade. A teoria da rotulagem argumenta que as instituições de poder, como tribunais, são responsáveis por decidir o que deve ser considerado crime, ao rotular certos comportamentos como desviantes. De acordo com esta perspetiva, alguém é considerado delinquente não pelo ato em si, mas pela forma como a sociedade reage e o rotula como tal (Bordalo et al., 2022).

Conforme afirma Regassi (2019), rotular alguém como criminoso tem consequências sociais profundas. Quando uma pessoa comete um crime e é identificada por isso, passa a carregar esse rótulo. A partir desse momento, a sociedade tende a tratá-la de forma diferente, com preconceito e exclusão, o que dificulta a sua reintegração social. Como consequência dessa rejeição, o indivíduo rotulado acaba por ser empurrado novamente para o caminho do crime. Muitas vezes, o ato desviante inicial era de menor gravidade, mas, com o tempo, pode envolver-se em condutas mais graves. Assim, a reação da sociedade não corrige o desvio, mas contribui para o seu aprofundamento (Regassi, 2019).

Segundo Dias et al., (2013), a teoria da rotulagem enfatiza o que é considerado crime ou desvio não decorre apenas do ato cometido, mas, sobretudo, da forma como a sociedade interpreta e rotula esse comportamento, isto é, o desvio é socialmente construído. Nesse contexto, percebe-se que os media desempenham um papel central na definição do que é considerado desvio, ao influenciar a perceção social sobre determinados comportamentos e grupos sociais (Dias et al., 2013).

2. Representação do Crime nos Meios de Comunicação

Na sociedade atual muito do conhecimento que a maioria das pessoas tem sobre o crime não provém de experiências diretas, mas das representações criadas pelos meios de comunicação.

Desde o século XIX, que os criminosos e os seus crimes além de serem temas principais em histórias de policiais, detetives, assaltos e gangsters, os mesmo têm ganho popularidade como

elementos secundários em narrativas de romance, faroeste, comédia e drama (Surette & Gardiner-Bess, 2014).

Os dramas criminais apresentados pelos meios de comunicação tendem a representar uma realidade distorcida, com o objetivo de atrair mais audiência. A maioria das vezes baseiam-se em factos reais e fazem referência a leis, ao sistema judiciário e a aspectos da sociedade, com o propósito de entreter. Ao fazê-lo, levam o espectador a acreditar, de forma inconsciente, que aquilo que é exibido reflete fielmente o mundo real. As fronteiras entre a realidade e a ficção tornam-se confusas e contribuem para uma percepção distorcida da realidade. Acresce que apenas uma pequena parte da audiência tem conhecimentos em relação a assuntos jurídicos, o que torna complicado diferenciar a verdade da “inverdade” transmitida pelos media (Haney *cit. in* Regassi, 2019).

2.1 Criminologia mediática

O estudo da criminologia mediática é extremamente importante devido ao papel significativo que os meios de comunicação exercem na formação da opinião pública sobre o crime e na definição das políticas criminais na sociedade atual. Os media atuam como um canal fundamental para transmitir informações relacionadas ao crime e ao sistema de justiça criminal. Por isso, a forma como os crimes e criminosos são retratados nos meios de comunicação influencia diretamente a percepção das pessoas sobre esses temas e, conseqüentemente, afeta a criação e a aplicação das políticas de combate ao crime (Greer *cit in* Nagorski et al., 2024).

De acordo com Yar (*cit. in* Santos, 2023), embora seja uma área relativamente recente, a criminologia mediática tem vindo a ganhar destaque no meio académico. Esta vertente da criminologia dedica-se a examinar de que forma os meios de comunicação se relacionam com o crime e com o funcionamento do sistema de justiça. Num contexto social cada vez mais moldado pelas tecnologias de informação e comunicação, o estudo desta interligação torna-se essencial, pois os media desempenham um papel central na formação da nossa percepção sobre a realidade.

Esta vertente da criminologia, analisa igualmente de que maneira os meios de comunicação podem impactar as políticas de justiça criminal, moldar o comportamento de indivíduos

envolvidos em atividades criminosas e influenciar os próprios índices de criminalidade. Este campo de estudo abrange tanto a representação do crime nos media como os efeitos que têm no incentivo do crime (Jewkes *cit in.* Santos 2023).

Por isso, estudar a criminologia mediática é importante porque mostra como a forma como os média fala de crime influencia o que as pessoas pensam e como as leis são feitas. Isso interessa não só a quem estuda criminologia, mas também a políticos, profissionais da justiça, jornalistas e à sociedade em geral. Ao compreender esta relação, é possível criar políticas mais justas e a melhorar a forma como os meios de comunicação tratam do tema da criminalidade (Yar *cit. in* Santos 2023).

Ao analisarmos este campo de estudo, percebemos que os meios de comunicação não apenas noticiam o crime, mas também desempenham um papel ativo na forma como ele é compreendido pela sociedade. É nesse contexto que surgem os estereótipos e o sensacionalismo

2.2 Estereótipos e sensacionalismo

A forma como a média aborda casos criminais, de acordo com Nagorski (2024), pode causar sérias distorções na perceção pública. Na tentativa de atrair mais público, os meios de comunicação recorrem frequentemente ao sensacionalismo, o que contribui para a deturpação dos factos e a promoção de estereótipos negativos. Este tipo de cobertura tende a reforçar visões estigmatizadas sobre determinados grupos sociais, alimentando preconceitos e influenciando negativamente a opinião pública. Esses estereótipos não só moldam a forma como a sociedade vê determinados grupos sociais, como também influenciam as políticas públicas, as relações do dia a dia entre as pessoas e a atuação da polícia e da justiça, fazendo com que o foco da criminalidade permaneça centrado em grupos sociais específicos (Nagorski et al., 2024).

Como refere Wiltenburg (*cit. in* Meireles, 2024), o sensacionalismo privilegia conteúdos rápidos e impactantes, focando-se mais nas emoções do público do que numa explicação profunda e rigorosa dos factos. A realidade, nesse formato, é frequentemente apresentada de

forma incompleta ou distorcida, com ênfase no impacto imediato em vez de haver uma compreensão dos acontecimentos. Desta forma, reduz-se a qualidade das informações, como também contribui para a difusão de ideias preconcebidas ou incorretas sobre a criminalidade.

Mercadal (2023) sublinha que diversos estudos demonstram que os meios de comunicação não representam de forma equilibrada certos grupos, quer como autores de crimes quer como vítimas. Fatores como género, etnia ou posição socioeconómica influenciam nessa disparidade, criando assim uma imagem distorcida sobre quem está mais frequentemente associado ao crime ou à vitimização. Além disso, essas representações têm implicações reais, pois estudos revelam que homens pertencentes a minorias raciais recebem penas mais severas que homens brancos, por crimes semelhantes (Mercadal, 2023).

Entman e Rojecki (*cit in.* Meireles, 2024) observam que afro-americanos e imigrantes são frequentemente associados de forma injusta à criminalidade, o que reforça preconceitos raciais profundamente enraizados. Da mesma forma, Gross (*cit in.* Meireles, 2024) analisa a forma como as pessoas *queer* são representadas nos media, destacando que frequentemente são associadas a comportamentos desviantes ou perigosos, o que reforça estereótipos e discriminação.

3. Impactos Sociais dos Meios de Comunicação

3.1 Sentimento de Insegurança

Durante décadas, os investigadores perceberam que é difícil oferecer uma definição única e precisa do que é o sentimento de insegurança. Com o tempo, tornou-se evidente que esse sentimento não é algo simples, mas sim um fenómeno multifacetado, composto por diversas dimensões (Gabriel & Grave *cit in.* Romão, 2023).

Segundo Agra e Khun (*cit in.* Loureiro, 2024) o fenómeno da insegurança pode ser entendido a partir de duas dimensões principais: a insegurança objetiva e a insegurança subjetiva. A insegurança objetiva está relacionada ao que é factual, ou seja, evidências concretas como o “crime predatório”, a “violência”, as “desordens”, os “comportamentos desviantes”, a “delinquência juvenil” e a “vitimação” (Agra e Khun *cit in.* Loureiro, 2024).

A insegurança subjetiva, que também pode ser chamada de sentimento de insegurança, refere-se às reações emocionais, cognitivas e comportamentais. Diz respeito ao que as pessoas sentem e entendem, bem como os comportamentos que desenvolvem a partir da sensação de insegurança (Agra e Khun *cit in.* Loureiro, 2024).

Deste modo, o sentimento de insegurança manifesta-se em três dimensões: uma dimensão emocional, relacionada com o medo do crime; uma dimensão cognitiva, ligada à percepção do risco de vitimação e uma dimensão comportamental, referente à adoção de comportamentos de segurança (Gabriel & Grave *cit in.* Romão, 2023).

Atualmente, a maior parte das pessoas obtém informação através dos meios de comunicação, o que leva à formação de uma percepção distorcida da criminalidade, acreditando que a sua ocorrência e gravidade são superiores ao que realmente se verifica. Como consequência, o sentimento de insegurança aumenta, assim como os comportamentos e reações associados a esse medo (Lytle et al., *cit in.* Romão, 2023).

3.2 Medo do crime

O medo do crime é entendido como a componente emocional associada ao sentimento de insegurança. Embora não haja um consenso absoluto quanto aos contornos precisos deste conceito, a partir da década de 1980, diversos investigadores começaram a dedicar-se à sua definição. Este interesse levou ao desenvolvimento de várias interpretações que foram sendo adotadas ao longo dos anos (Rountree et al., *cit in.* Romão, 2023).

Para Jewkes (*cit in.* Partington, 2013), o medo do crime pode ser visto como racional quando há uma justificativa para esse medo, como, por exemplo, uma experiência anterior de vitimização. Por outro lado, pode ser considerado irracional quando o medo é criado pelos media, que exagera e adota uma abordagem sensacionalista ao relatar crimes graves, porém pouco frequentes.

Este medo não se manifesta da mesma forma em todas as pessoas, uma vez que as causas e a maneira como é vivido variam consoante fatores pessoais, o que faz com que cada experiência seja diferente e única. Entre esses fatores estão a vulnerabilidade, o género, a

idade, o nível socioeconómico, a etnia e as experiências anteriores de vitimização (Riboli, 2017).

Como menciona Nagorski et al., (2024), os meios de comunicação ao transformarem o crime em espetáculo, acabam por disseminar o medo entre o público, dando a impressão que os crimes violentos, ocorrem com mais frequência do que realmente se verifica. Como consequência, cria-se uma associação quase automática, entre comportamentos extremos e qualquer tipo de conduta criminal, o que leva o público a ver qualquer crime como algo extremamente brutal, mesmo que se trate de crimes mais leves (Nagorski et al., 2024).

Mercadal (2023) afirma que a cobertura de crimes nos media tem sido alvo de investigação há bastante tempo, sobretudo devido à preocupação de que certos crimes recebem mais destaque do que outros. Esta visibilidade desigual influencia inevitavelmente a perceção dos espectadores deste tipo de conteúdos. Estudos neste âmbito demonstram que o público que consome regularmente estes conteúdos tende a apresentar níveis mais elevados de medo, mesmo vivendo em zonas com baixa incidência criminal. Tal constatação comprova que a forma como o crime é representado nos meios de comunicação contribui para uma perceção distorcida da realidade social e para um sentimento generalizado de insegurança (Mercadal, 2023).

Segundo Gerbner et al., (*cit in.* Silva, 2023), diversos estudos nas áreas da criminologia, dos media e da psicologia têm analisado como a exposição aos meios de comunicação afeta os sentimentos de insegurança pessoal. Uma das teorias mais relevantes neste campo é a teoria do cultivo, que defende que o conteúdo mediático pode influenciar a forma como percebemos a realidade, especialmente no que diz respeito ao crime e à perceção de segurança.

3.3 Teoria do cultivo

A teoria do cultivo, segundo Miller (2024), foi desenvolvida por George Gerbner na década de 60. Gerbner conduziu um estudo que analisava de que forma a televisão influenciava a perceção que os espectadores tinham sobre a realidade social. Segundo o autor, a televisão não cria novas ideias ou formas de pensar, mas reforça as opiniões e valores já existentes na sociedade. Os conteúdos televisivos funcionam como um meio que reproduz e reforça essas ideias, contribuindo para estabelecer uma visão comum do que é considerado normal ou

aceitável. Por isso, a televisão “cultiva” uma realidade que molda as atitudes e percepções das pessoas (Miller, 2024).

Miller (2024) afirma que, de acordo com esta teoria, as pessoas que assistem muita televisão são mais propensas a terem as suas percepções do mundo influenciadas pelas imagens e mensagens transmitidas pelos programas televisivos, em comparação com aquelas que veem televisão com menos frequência. O efeito torna-se mais forte quando o tema abordado é algo com que o espectador não tem muita familiaridade ou experiência. Em contrapartida, quem vê televisão ocasionalmente costuma obter informações de diversas fontes, enquanto os telespectadores assíduos tendem a basear-se principalmente naquilo que veem para formar a sua visão da realidade (Miller, 2024).

Deste modo, a teoria foca-se em perceber o que ocorre para que o telespetador se torne dependente da televisão para formar a sua ideia sobre o mundo. A teoria sugere que a televisão molda a visão do mundo das pessoas ao longo do tempo, principalmente quando expostas com frequência. Segundo Gerbner, o público mais suscetível são crianças e jovens (Marques et al., 2016).

Mais tarde, em 1969, Gerbner simplificou a sua teoria ao argumentar que, quanto maior a exposição das pessoas aos meios de comunicação, maior é o seu medo do crime. Devido ao grande foco dos media no crime violento, o sentimento de insegurança desses indivíduos pode ser afetado (Shoulders, 2020).

Contudo, esta teoria tem sido alvo de várias críticas, por assumir que apenas o consumo televisivo é responsável por causar um impacto homogéneo nos espectadores. (Potter cit in. Romão, 2023) Esta teoria acaba por não abordar outros fatores, como características individuais, o meio social e/ou experiências de vitimização anteriores que possam também ter um papel importante na forma com este conteúdo mediático é entendido (Lyle et al., *cit in*. Romão, 2023).

Capítulo II - Estudo Empírico

Neste capítulo, serão abordados os elementos relacionados à investigação que se irá propor, nomeadamente o método, a população e a amostra selecionada, o instrumento de recolha de dados, os procedimentos adotados para realizar o estudo e quais os resultados esperados.

1. Objetivos

Os objetivos dividem-se em gerais e específicos. O objetivo geral refere-se a uma finalidade ampla e global, enquanto os objetivos específicos detalham ações mais concretas e particulares dentro do estudo (Hartmann et al., 2021).

1.1 Geral

O objetivo geral deste estudo consiste em analisar de que forma a representação do crime nos meios de comunicação, incluindo notícias, filmes, séries e outros tipos de conteúdo, influencia o sentimento de insegurança e o medo do crime da sociedade.

1.2 Específicos

- Identificar que aspetos das representações de crime nos media mais contribuem para aumentar o medo e o sentimento de insegurança;
- Perceber as diferenças no medo do crime e no sentimento de insegurança entre grupos com exposição frequente e esporádica a conteúdos mediáticos relacionados com o crime;
- Avaliar se os participantes reconhecem que, em alguns casos, as representações do crime nos media podem ser exageradas ou distorcidas.

2. Método

Conforme definido por Garcia (cit. in Hartmann et al., 2021), o método é um processo lógico que se usa numa investigação para alcançar os objetivos definidos. Este processo envolve o uso de ferramentas, materiais e técnicas que ajudam a realizar a pesquisa de forma estruturada.

Neste estudo, o método escolhido é quantitativo, utilizando inquéritos estruturados para a recolha de dados. O enquadramento metodológico caracteriza-se como um estudo descritivo, cujo propósito é delinear as características de uma população ou fenómeno, através de métodos padronizados como questionários (Hartmann et al., 2021).

3. População-alvo e amostra

De acordo com Santos et al., (2019), a população é o grupo de indivíduos ou objetos que partilham determinadas características específicas que o investigador pretende analisar. É a partir deste grupo que o estudo procura obter informações e formular conclusões que possam ser aplicadas a toda essa coletividade (Santos et al., 2019).

No caso deste estudo, a população-alvo é composta por indivíduos residentes em Portugal, com diferentes perfis sociodemográficos, que têm contacto variado com representações do crime veiculadas nos meios de comunicação. Estes meios incluem notícias, filmes, séries e outros tipos de conteúdo mediático. Esta definição mais ampla permite abranger pessoas com diferentes níveis de exposição a estes conteúdos, permitindo uma análise do impacto dessas representações no medo do crime e no sentimento de insegurança.

Tendo em conta a dimensão e diversidade desta população, torna-se necessário recorrer a uma amostra. Segundo Santos et al., 2019, a amostra corresponde a uma parte da população que é selecionada para ser analisada, especialmente quando não é possível estudar todos os elementos dessa população. Essa escolha deve representar bem a população em estudo, assegurando que os elementos escolhidos incluam a diversidade ou as particularidades relevantes do grupo mais amplo, assim será possível que os resultados encontrados possam ser aplicados, com fiabilidade, ao restante da população (Santos et al., 2019).

Para este estudo, a amostra será composta por cerca de 100 pessoas, escolhidas de forma a incluir diferentes perfis, como homens e mulheres, com vários níveis de escolaridade e profissões diferentes. Serão incluídas pessoas com diferentes níveis de exposição a conteúdos mediáticos sobre crime, algumas com exposição frequente, outras esporádicas, para perceber melhor as suas opiniões e sentimentos em relação ao medo e à insegurança. Os dados serão recolhidos através de questionários, que serão respondidos presencialmente ou *online*.

4. Instrumentos

Para a realização deste estudo será aplicado um inquérito com perguntas criadas pela autora do mesmo, elaboradas com base na revisão da literatura sobre o tema em análise e nos objetivos propostos para o estudo empírico.

Esta proposta tem como finalidade analisar como a representação do crime nos meios de comunicação pode impactar no medo do crime e sentimento de insegurança. Este inquérito é constituído por dois tipos de questões: semi-fechadas e fechadas.

O inquérito será aplicado diretamente com os participantes, de forma presencial, visto que se torna mais fácil garantir uma melhor taxa de resposta, esclarecer eventuais dúvidas na hora, controlar melhor o ambiente da aplicação e garantir que o questionário seja preenchido corretamente.

Contudo, tendo em conta a necessidade de ampliar o alcance da pesquisa e incluir participantes que possam ter dificuldade de acesso presencial, será adotado uma abordagem mista, utilizando também o inquérito *online*. Esta combinação visa a ampliar a representatividade da amostra, sendo possível alcançar diferentes perfis dentro da população-alvo

5. Procedimentos

Antes de começar o estudo, a primeira etapa seria submeter o presente projeto de estudo empírico à Comissão de Ética da Universidade Fernando Pessoa, de modo a obter o respetivo parecer positivo para avançar com o mesmo. De seguida será pedido aos elementos da amostra selecionada que colaborem com o estudo, através do preenchimento de um questionário. Após o consentimento informado por parte dos participantes, proceder-se-á à aplicação dos mesmos.

O inquérito é composto por questões semifechadas e fechadas, o que facilita na recolha de dados objetivos e análise quantitativa.

A aplicação do inquérito será realizada através de uma abordagem mista, combinando o método presencial e *online* para garantir uma maior diversidade e representatividade da amostra.

Em relação à aplicação presencial, os participantes serão abordados diretamente, o que permite uma maior taxa de resposta, o esclarecimento de dúvidas, maior controlo sobre o ambiente da aplicação e a garantia de que o questionário é corretamente preenchido. Será feito uma breve introdução onde se explica o objetivo do estudo, a importância da participação e a garantia de anonimato e confidencialidade das respostas.

O tempo estimado para o preenchimento do questionário é de 10 a 15 minutos, dado que as perguntas são maioritariamente objetivas e relativamente curtas, o que agiliza o seu preenchimento.

O inquérito também estará disponível em formato *online* para alcançar participantes que possam ter dificuldades em participar presencialmente. Antes de iniciarem o preenchimento, será possível ler uma introdução detalhada com as mesmas informações dadas no método presencial.

Quando preenchidos todos os inquéritos necessários, serão analisados os dados para ser possível verificar os objetivos anteriormente propostos.

6. Resultados Esperados

Para atingir os resultados desejados, seria de esperar a participação dos 100 indivíduos selecionados na amostra com as diferentes características sociodemográficas, níveis de escolaridade, profissão e diferentes níveis de exposição a conteúdos mediáticos.

No final deste estudo, espera-se cumprir com o objetivo geral do mesmo, de “analisar de que forma a representação do crime nos meios de comunicação, incluindo notícias, filmes, séries e outros tipos de conteúdo, influencia no medo do crime e no sentimento de insegurança da sociedade”, tendo como base as respostas dados pelos participantes nos inquéritos.

Já em relação aos objetivos específicos, “analisar que de forma os meios de comunicação contribuem para o aumento do medo do crime e no sentimento de insegurança”, “analisar as diferenças no medo do crime e no sentimento de insegurança entre grupos com exposição frequente e esporádica a conteúdos mediáticos relacionados com o crime”, “analisar se os espectadores reconhecem a possibilidade de que as representações mediáticos do crime, em certos casos, possam ser exageradas ou distorcidas”, os mesmo podem ser alcançados de forma eficaz ao examinar cuidadosamente as respostas fornecidas pelos participantes nos inquéritos.

Deste modo, o estudo proposto tem como principal finalidade analisar de que forma a representação do crime nos meios de comunicação influencia o medo do crime e o sentimento de insegurança. Para isso, o primeiro objetivo específico procura perceber se a exposição frequente a conteúdos mediáticos relacionados com o crime está associada a níveis mais elevados de receio e perceção de insegurança por parte dos intervenientes.

O segundo objetivo visa explorar possíveis diferenças nas perceções entre pessoas que têm contacto frequente com esse tipo de conteúdo e aquelas que têm uma exposição mais esporádica ou rara, de forma a identificar padrões relevantes.

O terceiro objetivo pretende ainda compreender até que ponto os participantes têm consciência de que os meios de comunicação podem, em certos casos, exagerar ou distorcer a realidade dos factos criminais, contribuindo para perceções deturpadas da realidade.

Com este estudo pretende-se perceber melhor de que forma os conteúdos dos meios de comunicação sobre o crime influenciam a forma com os indivíduos percebem a sua segurança. Os dados recolhidos permitirão refletir sobre o papel dos media na construção do sentimento de insegurança e medo do crime.

Reflexões Finais

A elaboração deste trabalho permitiu aprofundar a compreensão sobre o papel dos meios de comunicação na construção da imagem do crime e as suas consequências na sociedade. Durante o processo, desenvolvi competências essenciais de investigação e análise, explorando a influência dos media na perceção pública do fenómeno criminal.

Ao longo do estudo, ficou evidente que os media exercem uma influência significativa na construção do medo do crime e do sentimento de insegurança, ao promover visões distorcidas da realidade através do sensacionalismo, de estereótipos e da dramatização de certos aspetos.

A proposta empírica foi pensada com o intuito de recolher dados acerca da perceção do público face às representações mediáticas do crime. Espera-se que os inquéritos possam confirmar as hipóteses levantadas, nomeadamente de que uma maior exposição a conteúdos mediáticos está associada a níveis mais elevados de medo e insegurança. Com base nesses resultados, o estudo poderá contribuir para uma melhor compreensão, dentro da Criminologia, sobre a forma como os meios de comunicação influenciam a perceção social do crime, o sentimento de insegurança e a construção de estereótipos sobre certos grupos sociais. Este contributo poderá ser relevante para o desenvolvimento de respostas institucionais mais ajustadas à perceção social e para a promoção de uma comunicação mais crítica e responsável.

As limitações do presente estudo relacionam-se principalmente com a limitação da amostra, que apesar de ser diversificada, pode não refletir a totalidade da população portuguesa. Além disso, a utilização de um inquérito como único instrumento de recolha de dados poderá limitar a profundidade da análise, não permitindo uma compreensão mais subjetiva ou qualitativa das experiências dos participantes.

Apesar de os meios de comunicação desempenharem um papel fundamental na informação ao público, é necessário adotar uma abordagem mais crítica e responsável na forma como o crime é retratado. Para investigações futuras, seria importante explorar outras variáveis que possam influenciar o medo do crime, como experiências pessoais de vitimação ou o contexto geográfico dos participantes, bem como adotar metodologias qualitativas, como entrevista, que permitam compreender de forma mais profunda as perceções individuais.

Bibliografia

Becker, H. (1963). *Outsiders: Studies in the sociology of deviance*. Free Press.

Bordalo, T.S., Bordalo, M.F.S., & Gonçalves, A.M. (2022). A teoria da etiquetagem: labelling approach. *Revista Portuguesa de Ciências Jurídicas*, 3(2), 94-114. <https://doi.org/10.29327/242030.3.2-1>

Decreto Lei nº78/87, de 17 de fevereiro [em linha]. (sem data). *Procuradoria-Geral Distrital de Lisboa*. [Consultado em 25 de maio de 2025]. https://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?nid=199&tabela=leis

Dias, F.F., Dias, F.V., & Mendonça, T.C (2013). Criminologia midiática e a seletividade do sistema penal. *2º Congresso Internacional de Direito e Contemporaneidade: mídias e direitos da sociedade em rede*. ISSN 2238-9121, Santa Maria. <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/563/2019/09/3-7.pdf>

Gomes, S. (2015). Media e crime: Dos media e da construção das realidades criminais. In *Do Crime e do Castigo - Temas e Debates Contemporâneos* (pp. 81-98). 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)

Greer, C. (2013). Crime and media: Understanding the connections. In C. Hale, A. Hayward, A. Wahadin, & E. Wincup (Eds.), *Criminology* (pp. 143–164). Oxford University Press.

Hartmann, C. et al. (2021). Escrevendo um Artigo Científico: Passo a Passo. *Revista Científica Cognitionis*, 4(2), 1-19. <https://doi.org/10.38087/2595.8801.110%20>

Loureiro, C.G. (2024). A Relação entre os Media e o Sentimento de Insegurança: Um Estudo Empírico [Dissertação de mestrado, Universidade Lusíada Norte]. <http://repositorio.ulusiada.pt/bitstream/11067/7628/2/293021%20Catarina%20Gon%c3%a7alves%20Loureiro.pdf>

Marques, S. S., & Maris, S. M. S. (2016). Ensaio teórico sobre a teoria do cultivo e o consumismo. *Revista Científica Semana Acadêmica*. <https://semanaacademica.org.br/artigo/ensaio-teorico-sobre-teoria-do-cultivo-e-o-consumismo>

Meireles, C. I. P. (2024). Evolução do Sensacionalismo em Portugal e os seus efeitos na sociedade [Dissertação de mestrado, Faculdade de Letras da Universidade do Porto]. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/162242/2/693565.pdf>

Mercadal, T. (2023). Media and crime. *EBSCO Research Starters*. <https://www.ebsco.com/research-starters/communication-and-mass-media/media-and-crime>

Miller, S. P. (2024). Cultivation theory. *Salem Press Encyclopedia*.

- Nagorski, C. D., & Bozza, R. F. B. (2024). O papel da mídia na rotulação e estigmatização de criminosos: impactos sobre os direitos fundamentais e desafios para o direito processual. *Revista Contemporânea*, 4(10), 1-26. <https://doi.org/10.56083/RCV4N10-059>
- Nevisi, H. M., & Sharafi, M (2024). The Role of Media in Crime Prevention. *Global Journal of Forensic Science & Medicine*, 2(3), 1-4.
- Partington, N. (2013). Fear of Crime: The Impact of the Media. *Queen's Political Review*, 1(1), 139-149.
- Regassi, J. S. (2019). Criminologia midiática: a influência dos meios de comunicação no direito penal e no encarceramento em massa. [Dissertação de Mestrado, Faculdade de Direito de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo]. <https://doi.org/10.11606/D.107.2019.tde-10082021-175103>
- Riboli, E. B. (2017). A ouroboros discursiva do medo do crime: o medo como elemento disfuncional na racionalidade jurídico-penal. [Dissertação de mestrado, Faculdade de Direito, Universidade de Coimbra]
- Romão, I. A. S. (2023). O sentimento de insegurança e os mass media: um estudo de eye tracking [Dissertação de mestrado, Universidade do Porto]. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/153232/2/645853.pdf>
- Santos, F.F (2023). Criminologia midiática - o papel da mídia e a sua influência na sociedade contemporânea. *Revista Contemporânea*, 3(8), 12939–12967. <https://doi.org/10.56083/RCV3N8-165>
- Shoulders, G. (2020). Media Exposure to Crime, Fear of Crime, and Social Interaction Anxiety [Dissertação, Walden University]. <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/9258/>
- Silva, B. (2023). The Relationship Between Media Consumption And Fear Of Crime: A Comprehensive Review. *Jurnal Ilmu Budaya*, 11(1), 56–62. <https://doi.org/10.34050/jib.v11i1.26280>
- Silva, C., & Guedes, I. (2022). O Papel dos Media no Medo do Crime: Um Estudo Qualitativo no Contexto Português. *Criminal Justice Review*, 48(3), 300-317. <https://doi.org/10.1177/07340168221088570>
- Surette, R., & Gardiner-Bess, R. (2014). Media, entertainment and crime: Prospects and concerns. In *The Routledge Handbook of International Crime and Justice Studies* (pp. 373-390).

Anexo A – Proposta de Questionário

Instruções

O presente inquérito foi desenvolvido no âmbito do Projeto de Graduação da licenciatura em Criminologia da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Fernando Pessoa, pela aluna Diana Sofia Oliveira.

Tem como principal objetivo entender de que forma a representação do crime nos meios de comunicação influencia o sentimento de insegurança e o medo do crime da sociedade.

A participação no preenchimento do referido questionário pelos inquiridos é voluntária, confidencial e anónima. O questionário não tem respostas certas ou erradas, pede-se apenas que responda com sinceridade.

Caso opte por participar, deverá primeiro confirmar que leu e compreendeu a informação sobre o estudo, dando o seu consentimento informado. (mais abaixo, onde se lê “Consentimento Informado”)

Agradeço o seu contributo e disponibilidade para responder a este inquérito.

Consentimento Informado

Confirmo que tomei conhecimento de todas as instruções para o preenchimento deste documento e compreendi as informações pela responsável do estudo. Declaro que participo de forma voluntária, ciente de que os meus dados serão tratados com confidencialidade e anonimato. Para formalizar o meu consentimento para participar neste inquérito, assinalo com uma cruz o quadrado abaixo.

Data: ___ / ___ / ___

Grupo I

1. Idade:

- <18 anos
- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- >55 anos

2. Sexo:

- Feminino
- Masculino

3. Nível de escolaridade

- 1º Ciclo
- 2º Ciclo
- 3º Ciclo
- Ensino Secundário
- Ensino Superior

4. Profissão: _____

Grupo II

1. Com que frequência consome conteúdos mediáticos sobre o crime?

- Diariamente
- Várias vezes por semana
- Uma vez por semana
- Raramente
- Nunca

2. Que tipo de média consome mais frequentemente? (escolha até 2 respostas)

- Televisão (telejornal, telenovelas)
- Internet (notícias online, redes sociais)
- Podcasts
- Jornais/revistas
- Filmes/ séries
- Outro: _____

3. Que tipos de conteúdos relacionados com crime despertam mais o seu interesse? (escolha até 2 respostas)

- Séries de ficção
- Documentários de *true crime*

- Filmes
- Notícias
- Podcasts
- Outro: _____

4. Que tipos de crimes aparecem com mais frequência nos conteúdos que consome?

- Crimes violentos (Homicídios)
- Roubos e furtos
- Crimes sexuais
- Tráfico de drogas
- Crimes económicos
- Outro: _____

Grupo III

1. O consumo de conteúdos mediáticos sobre crime faz com que se sinta mais insegura(o)?

- Sim
- Às vezes
- Raramente
- Não
- Depende do tipo de conteúdo

2. O consumo frequente de conteúdos sobre crime afeta o seu comportamento no dia a dia?
(ex: evitar certos locais, ter medo de sair sozinha(o) à noite...)

- Sim
- Não
- Talvez

3. Já sentiu medo de um tipo de crime que nunca presenciou ou foi vítima, apenas por vê-lo frequentemente nos media?

- Sim
- Não
- Talvez

4. Em geral, sente-se segura na sua zona de residência?

- Sim, sinto-me muito segura(o)
- Sim, mas com algumas preocupações
- Não muito segura(o)
- Nada segura(o)

Grupo IV

1. Como descreveria as representações do crime nos media?

- Realistas e equilibradas
- Exageradas, com tendência ao sensacionalismo
- Parcialmente realistas
- Irrealistas
- Não sei

2. Na sua opinião, o que os media priorizam:

- Informar com precisão
- Chocar e atrair audiência
- Ambos
- Não sei

3. No seu entender, acredita que o modo como o crime é retratado influencia a opinião pública sobre determinados grupos sociais?

- Sim
- Não
- Não sei

4. Considera importante que os media contextualizem melhor os crimes? (motivações, dados estatísticos...)

- Sim
- Não
- Indiferente