



POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE GOIÁS
COMANDO DA ACADEMIA DE POLÍCIA MILITAR
DIRETORIA DE ENSINO E PESQUISA
ESPECIALIZAÇÃO EM POLÍCIA E SEGURANÇA PÚBLICA



JHONE SANTOS ALMEIDA

**O IMPACTO DA MÍDIA SOBRE A POPULAÇÃO: DINÂMICAS NA
DISSEMINAÇÃO DO MEDO**

GOIÂNIA-GO

2024

JHONE SANTOS ALMEIDA

**O IMPACTO DA MÍDIA SOBRE A POPULAÇÃO: DINÂMICAS NA
DISSEMINAÇÃO DO MEDO**

Artigo Científico apresentado como exigência para conclusão da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso da Pós-Graduação em Polícia e Segurança Pública pelo Comando da Academia de Polícia Militar de Goiás, sob a orientação da 2º Ten PM Christianne.

GOIÂNIA-GO

2024

O IMPACTO DA MÍDIA SOBRE A POPULAÇÃO: DINÂMICAS NA DISSEMINAÇÃO DO MEDO

THE IMPACT OF MEDIA ON THE POPULATION: DYNAMICS IN THE SPREAD OF FEAR

Jhone Santos Almeida¹
2º TEN PM Christianne²

Resumo

A influência da mídia na percepção do crime é um fenômeno de grande importância social e acadêmica e essa relação entre sentir medo ou ter tranquilidade ressalta a importância da segurança para o equilíbrio social. O objetivo deste estudo foi investigar o impacto da mídia na formação da percepção do crime pela sociedade. A pesquisa utilizou uma metodologia que combinou pesquisa de campo e revisão bibliográfica. Um questionário eletrônico foi desenvolvido e administrado em fevereiro de 2024 ao público-alvo, composto por policiais militares da Polícia Militar de Goiás, de forma anônima e voluntária. Como resultado, o estudo revelou que a mídia exerce uma influência significativa na percepção do público sobre a criminalidade e a segurança pública. A maioria dos participantes concordou que a mídia contribui para disseminar o medo em relação a eventos criminais, amplifica a sensação de insegurança e afeta a confiança na polícia. Eles também acreditam que uma abordagem mais equilibrada da mídia poderia reduzir o medo associado aos crimes. Portanto, é importante promover a educação midiática para capacitar as pessoas a interpretar criticamente as informações da mídia acerca das questões criminais e de segurança pública.

Palavras-chave: Criminalidade. Segurança Pública. Policiais militares. Sensacionalismo.

Abstract

The influence of the media on crime perception is a phenomenon of great social and academic importance, and this relationship between feeling fear or being tranquil highlights the importance of security for social equilibrium. The aim of this study was to investigate the impact of the media on the formation of society's perception of crime. The research employed a methodology combining field research and literature review. An electronic questionnaire was developed and administered anonymously and voluntarily to the target audience, composed of military police officers from the Military Police of Goiás, in February 2024. As a result, the study revealed that the media exerts a significant influence on the public's perception of crime and public safety. The majority of participants agreed that the media contributes to spreading fear regarding criminal events, amplifies the sense of insecurity, and affects confidence in the police. They also believe that a more balanced media approach could reduce the fear associated with crimes. Therefore, it is important to promote media literacy to empower people to critically interpret media information regarding criminal issues and public safety.

Keywords: Crime. Public Safety. Military Police. Sensationalism.

¹ Aluno do Curso de Formação de Praças – 2ª Turma, Especialização em Polícia e Segurança Pública do Comando da Academia de Polícia Militar de Goiás, email: almeidajhone@gmail.com. Telefone: (62) 99131-2642.

² Orientadora. 2º Tenente PM Christianne. Bacharel em Direito e Especialista em Docência Superior. Email: christianne2012@gmail.com Telefone: (62)99149-9747.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, a influência marcante da mídia na percepção coletiva do crime destaca-se como fenômeno de relevância social e acadêmica. A questão central entre sentir medo ou ter tranquilidade destaca que a segurança é importante para o equilíbrio social. Dessa forma, é fundamental entender que paz não é apenas a falta de conflito (ALMENDRA; DE MORAES, 2012).

A disseminação instantânea de informações por meio de diversas plataformas de mídia, incluindo noticiários tradicionais e redes sociais, é responsável pela construção de narrativas sobre eventos criminosos. Isso influencia a percepção, reações emocionais e avaliações das medidas de segurança estatal (MASI, 2014). Nesse contexto, esta pesquisa aborda as complexas interações entre a representação midiática do crime e sua contribuição para a disseminação do medo na população, visando uma compreensão mais abrangente dos impactos socioculturais desse fenômeno contemporâneo.

Por meio de uma abordagem interdisciplinar, este estudo busca compreender como a narrativa midiática molda estereótipos, dissemina medo e influencia as atitudes da sociedade em relação a temas criminais. A responsabilidade da mídia na criação da representação social do crime é examinada, explorando suas implicações no entendimento coletivo do fenômeno e nas políticas públicas correlatas.

A pesquisa investiga como a mídia molda a percepção pública do crime, destacando fatores como sensacionalismo e estratégias comunicacionais. A revisão de literatura abrangente e a aplicação de um questionário visam compreender a complexa relação entre mídia e sociedade. A abordagem empírica busca capturar as percepções do público, contribuindo para uma compreensão mais aprofundada e informada. A relevância do estudo reside na possibilidade de enfrentar desafios na formulação de estratégias comunicacionais éticas e responsáveis no contexto criminal, promovendo uma relação mais equilibrada entre a sociedade e a informação veiculada pela mídia. Portanto, este estudo é relevante pois visa compreender os mecanismos de influência da mídia na percepção do crime, unindo uma revisão teórica abrangente a uma abordagem empírica que capture as percepções do público.

Diante da evidente influência exercida pela mídia na construção de narrativas e na disseminação de informações sobre eventos criminais, surge a problemática de como essa influência contribui para a criação de estereótipos, a distorção da realidade criminal e, por conseguinte, a moldagem das atitudes da sociedade. A falta de uma análise sobre os mecanismos específicos pelos quais a mídia exerce tal influência e as implicações dessa

construção na compreensão coletiva do fenômeno criminal representam lacunas relevantes que este estudo busca preencher. Dessa forma, o problema deste estudo consiste em: Como a mídia impacta a percepção pública do crime?

O objetivo geral deste estudo é investigar o impacto da mídia na formação da percepção do crime pela sociedade. Para o alcance do objetivo geral, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: compreender sobre sensacionalismo na cobertura midiática; abordar sobre a responsabilidade ética e social da mídia; e investigar como a disseminação de informações sobre eventos criminais pela mídia contribui para a disseminação do medo na população.

2 REVISÃO TEÓRICA

2.1 O SENSACIONALISMO NA MÍDIA

O sensacionalismo na esfera jornalística, conforme Ijuim (2009), está associado ao jornalismo popular, caracterizando-se pela intensificação e exagero gráfico, temático, linguístico e semântico. Essa abordagem incorpora elementos desproporcionais e valores exacerbados ao representar ou reproduzir o real social. O sensacionalismo na mídia tem como objetivo provocar sensações intensas no público. No caso do “Portal Sensacionalista”, é preciso cautela, pois ele se autodenomina um “jornal isento de verdade”, indicando uma proposta editorial que vai além do simples relato factual, buscando entreter por meio da amplificação de elementos sensacionalistas.

Na mídia contemporânea, o sensacionalismo não se limita a distorções exageradas de eventos, mas também inclui a manipulação da linguagem, uso de imagens impactantes e ênfase de aspectos emocionais em detrimento da objetividade. Essas estratégias visam capturar a atenção do público de maneira mais eficaz, muitas vezes sacrificando precisão e imparcialidade na transmissão da informação (MASI, 2014).

A construção do discurso midiático é influenciada pelas condições socioeconômicas e semiológicas que permeiam a máquina midiática. Nesse contexto, é importante que o discurso midiático siga um contrato de comunicação específico, regulamentando as produções que chegam ao público (MARTINS; ALBUQUERQUE; DE ARAÚJO, 2020).

Ao analisar as peculiaridades desse discurso, especialmente nos gêneros e situações de comunicação jornalísticas, é necessário explorar a identidade das instâncias de informação, considerando tanto a Instância de Produção quanto a Instância de Recepção, conforme

proposto por Charaudeau (2006). É importante ressaltar que o sensacionalismo pode impactar o discurso midiático em muitas ocasiões.

O sensacionalismo na mídia destaca elementos dramáticos em uma história, buscando chamar a atenção do público de forma emocional para maximizar audiência e rentabilidade, muitas vezes em detrimento da precisão. A pressão por altos índices de audiência pode distorcer a narrativa e apresentação dos fatos (MARTINS; ALBUQUERQUE; DE ARAÚJO, 2020).

O contrato de comunicação, originalmente destinado a regular produções midiáticas, pode ser tensionado pelo sensacionalismo, transformando a natureza da informação transmitida. Isso pode afetar negativamente a compreensão do público, distorcendo a realidade dos eventos (MARTINS; ALBUQUERQUE; DE ARAÚJO, 2020).

Analisando o discurso midiático, é importante considerar as influências do sensacionalismo, que moldam a apresentação e percepção das informações pelo público, indo além das instâncias de produção e recepção propostas por Charaudeau (2006).

Ao reconhecer o sensacionalismo, é relevante analisar fontes midiáticas, especialmente as que se autodeclaram isentas de compromisso com a verdade. O discernimento do público torna-se essencial para uma compreensão crítica das narrativas, permitindo uma abordagem mais informada diante das complexidades do sensacionalismo na mídia contemporânea (CHARAUDEAU, 2006).

2.2 A RESPONSABILIDADE ÉTICA E SOCIAL DA MÍDIA

No contexto midiática, especialmente na televisão e em outros meios massivos, frequentemente ouve-se críticas à aparente falta de ética, intensificada no ciberespaço pela facilidade de obtenção e transmissão de informações. A ênfase recai sobre o suporte tecnológico e o espetáculo da divulgação, negligenciando aspectos éticos (IJUIM, 2009). Dessa forma, os entusiastas da internet depositam suas esperanças nos artefatos da realidade virtual para resolver problemas contemporâneos e promover interação humana significativa, transcendendo disparidades sociais, econômicas e culturais marcantes.

Ijuim (2009) destaca a responsabilidade social da mídia, que não apenas reflete, mas molda ativamente a sociedade. Em meio aos avanços tecnológicos e ao entretenimento digital, a mídia deve promover valores éticos, diversidade e inclusão, contribuindo para uma sociedade mais justa.

Apesar das resistências, os entusiastas da internet vivenciam um período de avanços e transformações sem precedentes. A ascensão da internet trouxe consigo uma revolução na

comunicação, democratizando o acesso à informação, redes sociais e comércio eletrônico, redefinindo interações sociais, possibilitando transações online e proporcionando acesso global a produtos e serviços. No entanto, esses avanços coexistem com desafios, como questões de privacidade e desinformação. A internet continua a moldar a sociedade de maneiras inovadoras, criando oportunidades e dilemas (MARTINS; ALBUQUERQUE; DE ARAÚJO, 2020).

No entanto, é importante que esses benefícios não atendam apenas aos desejos individuais, mas também contribuam para soluções coletivas, promovendo uma beleza social sem precedentes. Assim, a responsabilidade social da mídia se torna vital na busca por equilíbrio entre inovação tecnológica e valores éticos, visando a construção de um mundo virtual que transcenda diferenças (MARTINS; ALBUQUERQUE; DE ARAÚJO, 2020).

A relação instrumental das máquinas pode comprometer padrões éticos e morais, prejudicando não apenas o trabalho em equipe, mas também a intersubjetividade entre os humanos. Isso leva à confusão entre comunicação e difusão, como apontado por Libois (2003), reduzindo a ética a uma responsabilidade individual. A dificuldade dos profissionais da mídia é manter o público bem-informado sobre questões complexas. A aplicação do bom senso, relatando os fatos de maneira isenta, é importante, pois a parcialidade compromete a credibilidade, afetando a confiança do público (DO VALE; BARROS, 2021).

Além disso, destaca-se a importância do estudo do impacto da mídia na percepção pública do crime. A forma como os eventos criminais são apresentados cria e amplia o medo na sociedade. A busca pela audiência muitas vezes leva a narrativas sensacionalistas, distorcendo a realidade criminal (DO VALE; BARROS, 2021).

Esta dinâmica de disseminação do medo não apenas impacta a opinião pública, mas também tem repercussões profundas ao influenciar na formulação de políticas e decisões governamentais. Surge, assim, o desafio de harmonizar a função informativa da mídia com a responsabilidade ética de não contribuir para a criação de um ambiente de temor infundado. A promoção de uma abordagem equilibrada e objetiva na cobertura de eventos criminais torna-se importante, permitindo que os profissionais da mídia atuem de maneira benéfica na construção de uma sociedade mais informada e consciente.

Na era da internet, além dos avanços observados, é importante abordar a dinâmica de disseminação do medo pela mídia, impactando não apenas a opinião pública, mas também influenciando políticas e decisões governamentais. O desafio consiste em harmonizar a função informativa da mídia com a responsabilidade ética de evitar contribuir para a disseminação do medo na sociedade. Destaca-se a importância de uma abordagem equilibrada

e objetiva na cobertura de eventos criminais, permitindo que a mídia atue de maneira benéfica na construção de uma sociedade mais informada e consciente, mitigando os efeitos negativos associados à disseminação do medo.

2.3 A POPULAÇÃO E O MEDO DO CRIME

Observa-se que o medo do crime transcende a mera avaliação objetiva da probabilidade de se tornar vítima de uma situação delituosa, sendo, na realidade, uma reação emocional negativa diante da possibilidade real ou imaginária de tal evento. Segundo Silva e Beati Filho (2013), o medo do crime é tratado como uma medida subjetiva, não se limitando à mera dicotomia entre a chance de ser ou não vítima de um crime.

Nesse contexto, é importante considerar as reações e atitudes que as pessoas adotam em função desse sentimento. O medo do crime vai além de uma mera avaliação racional da probabilidade de se tornar vítima, envolvendo uma complexa teia de emoções, como antecipação, angústia e ansiedade. Estas emoções permeiam a sensação de possível vitimização em uma infração penal, destacando-se pela sua natureza subjetiva e, muitas vezes, desconectada da realidade.

Conforme apontado por de Castro, Matrak Filho e Monteiro (2011), o medo do crime não apenas impacta a qualidade de vida individual, mas também reverbera em âmbitos coletivos. Esta sensação de insegurança pode gerar efeitos negativos tanto no plano pessoal quanto no social, influenciando as escolhas individuais, comportamentos preventivos e até mesmo moldando políticas públicas. É uma preocupação que transcende o círculo individual, afetando a coletividade e, por conseguinte, demandando uma abordagem mais abrangente no entendimento e enfrentamento dessa complexa questão.

A literatura atual sobre o tema da população e o medo do crime abrange uma variedade de causas germinadoras e condicionantes. Diversos pesquisadores têm explorado correlações entre variáveis sociodemográficas e a intensificação do medo do crime, destacando fatores como gênero, idade, classe social e raça (SILVA; BEATO FILHO, 2013; GUEDES; CARDOSO; AGRA, 2012; RODRIGUES; OLIVEIRA, 2012).

A análise desses estudos frequentemente se baseia na perspectiva da vulnerabilidade sociodemográfica ao crime, seja ela real ou percebida, como um elemento importante para compreender o aumento do sentimento de insegurança. Identificam-se, assim, quatro grupos distintos que se encontram nessa condição de vulnerabilidade e, notavelmente, são também aqueles que mais manifestam o medo do crime: mulheres, idosos, minorias pobres e étnicas.

Nessa abordagem, a vulnerabilidade sociodemográfica ao crime violento emerge como uma causa determinante para o acentuado sentimento de insegurança. Mulheres, devido à sua representação histórica como vítimas em potencial, juntamente com idosos, que muitas vezes são percebidos como mais frágeis e suscetíveis, compõem dois desses grupos vulneráveis. Além disso, minorias pobres e étnicas também figuram entre aqueles que enfrentam desafios específicos, contribuindo para a percepção intensificada do medo do crime.

Essa análise aprofundada dos fatores sociodemográficos relacionados ao medo do crime contribuiu para o desenvolvimento de políticas públicas e estratégias de segurança, destacando a necessidade de abordagens diferenciadas para esses grupos vulneráveis, visando mitigar os impactos negativos do medo do crime em suas vidas cotidianas.

Dessa forma, a pesquisa sobre o impacto da mídia na percepção pública do crime transcende a esfera da mera análise da opinião popular, alcançando a esfera das políticas públicas e governamentais. Ao compreender como a mídia molda a compreensão coletiva sobre o crime, abre-se a possibilidade de orientar as práticas jornalísticas em direção a uma narrativa mais equitativa e responsável, contribuindo para uma sociedade mais justa e informada.

3 METODOLOGIA

A metodologia adotada nesta pesquisa buscou investigar especificamente o papel da mídia na formação da percepção pública acerca da criminalidade, com enfoque nas dinâmicas associadas à disseminação do medo. Para atingir esse objetivo, foram empregadas abordagens de pesquisa de campo e revisão bibliográfica.

No que diz respeito à pesquisa de campo, foi desenvolvido um questionário eletrônico (Apêndice A) utilizando a plataforma Google Forms. Esse questionário foi composto por cinco perguntas estruturadas, elaboradas com o propósito de avaliar as percepções e opiniões dos participantes acerca do impacto da mídia na disseminação do medo em contextos criminais.

Em fevereiro de 2024, o questionário foi administrado ao público-alvo, composto por policiais militares da PMGO. A escolha da amostra recaiu sobre membros da Polícia Militar de Goiás, visando proporcionar uma perspectiva informada e relevante para o tema em análise. O questionário, desenvolvido pelo próprio autor, fundamentou-se na problemática estabelecida neste estudo.

A aplicação do questionário ocorreu de maneira anônima, garantindo a não identificação dos entrevistados. Os participantes concordaram com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), integrado ao questionário e respondido antes do início das perguntas.

A escolha de membros da Polícia Militar como participantes justificou-se pela sua exposição direta aos desdobramentos da mídia no contexto da segurança pública. Esses profissionais são frequentemente confrontados com situações de crime e, portanto, podem oferecer informações relevantes acerca da mídia e de como ela impacta não apenas a percepção pública, mas também a atuação das forças de segurança.

Além da pesquisa de campo, foi realizada uma revisão bibliográfica abrangente, abordando artigos científicos e livros relacionados ao papel da mídia na formação da percepção pública acerca da criminalidade, com ênfase nas dinâmicas de disseminação do medo. Os estudos consideraram publicações no período de 2010 a 2023, proporcionando uma análise abrangente dos desenvolvimentos recentes nesse campo. A revisão englobou também estudos e teorias relevantes sobre a influência da mídia na percepção pública do crime. A combinação dessas abordagens buscou fornecer uma análise abrangente e aprofundada do fenômeno em estudo, contribuindo para o entendimento das dinâmicas subjacentes à disseminação do medo e seu impacto na sociedade.

Após a coleta de dados, a análise dos resultados do questionário eletrônico foi conduzida visando identificar as correlações relevantes associadas ao impacto da mídia na disseminação do medo. A integração dessas abordagens permitiu oferecer uma compreensão aprofundada de como a mídia influencia a percepção pública acerca da criminalidade, tanto a partir das perspectivas dos participantes quanto da fundamentação teórica disponível na literatura especializada.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A aplicação do questionário resultou em 36 respostas, as quais forneceram representações gráficas da distribuição percentual das respostas à pergunta.

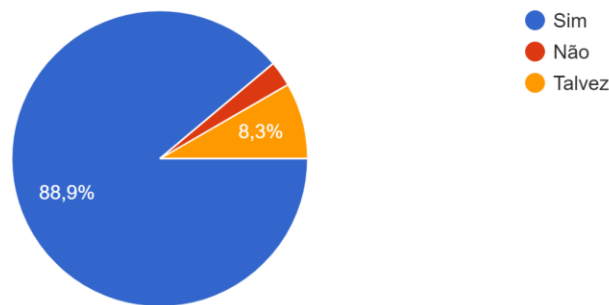
A análise da pergunta 1 visou avaliar a percepção dos participantes quanto à capacidade da mídia em disseminar o medo na população em relação a eventos criminais. Os resultados revelam que uma significativa maioria, correspondente a 88,0%, acredita que a mídia desempenha esse papel. Por outro lado, uma parcela minoritária, representando 8,3%,

expressou a opinião contrária, indicando que não consideram a mídia como contribuinte para a disseminação do medo em relação a eventos criminais.

Figura 1: Gráfico apresentando a porcentagem de pessoas que responderam à pergunta.

Você acredita que a mídia pode contribuir na disseminação do medo na população em relação a eventos criminais?

36 respostas



A diversidade de perspectivas destacada aqui destaca a complexidade da atuação da mídia na construção das percepções sociais relacionadas à criminalidade. Isso ressalta a necessidade premente de uma análise mais aprofundada, visando compreender as sutilezas subjacentes na interação entre a mídia e o fenômeno do medo na sociedade.

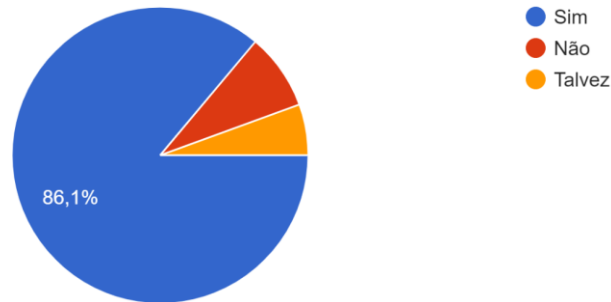
Segundo a pesquisadora Débora Regina Pastana (2005, p. 183), especialista na área de violência urbana no Brasil, a chamada "cultura do medo" representa a agregação de valores, comportamentos e senso comum que, ao se entrelaçarem com a problemática da criminalidade, perpetuam a hegemonia da ideia de insegurança. Isso, por sua vez, contribui para a manutenção de uma forma de dominação caracterizada pelo autoritarismo e pela resistência aos princípios democráticos.

No contexto da pergunta 2 (figura 2), que abordava se os participantes acreditam que a cobertura midiática intensa de eventos criminais poderia amplificar o medo da população em relação à segurança pública, 86,1% dos respondentes afirmaram que sim. Tal resultado indica uma percepção significativa entre os participantes de que a cobertura midiática de eventos influencia negativamente a segurança percebida. Isso destaca a influência marcante da mídia na formação de opiniões sobre segurança pública, especialmente em um contexto de baixa capacidade crítica da população.

Figura 2: Gráfico apresentando a porcentagem de pessoas que responderam à pergunta.

Você considera que a cobertura midiática intensa de eventos criminais pode amplificar o medo da população em relação à segurança pública?

36 respostas



O medo generalizado resultante pode levar à crença de que intervenções imediatas, preferencialmente militares e repressivas, são a única solução para a criminalidade e o papel da imprensa na criação e sustentação desse pânico é enfatizado (GLASSNER, 2003).

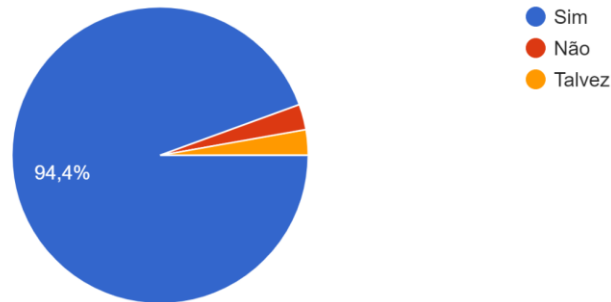
O entendimento dessa dinâmica é respaldado por Wainberg (2005), cujo livro "Mídia e terror: Comunicação e Violência Política" (2005, p. 11) destaca os efeitos da violência sobre a cognição humana. O autor enfatiza a capacidade da violência em despertar o aparato cognitivo humano de sua apatia habitual, tornando-a um ingrediente central não apenas nas atrações da indústria do entretenimento, mas também no jornalismo. Essa observação reforça a influência profunda que a cobertura midiática pode exercer sobre a percepção e as atitudes da sociedade em relação à segurança pública.

A pergunta 3 centrou-se na avaliação dos participantes quanto à influência da abordagem da mídia em eventos criminais sobre a eficácia das ações policiais e a confiança da comunidade na Polícia Militar (Figura 3).

Figura 3: Gráfico apresentando a porcentagem de pessoas que responderam à pergunta.

Você acredita que a forma como a mídia aborda eventos criminais pode impactar a eficácia das ações policiais e a confiança da comunidade na Polícia Militar?

36 respostas



Os resultados destacam uma expressiva maioria de 94,4% dos participantes que compartilham a opinião de que a maneira como a mídia aborda eventos relacionados às operações policiais pode ter impactos negativos tanto na eficácia dessas operações quanto na confiança da comunidade na polícia. Esse dado sugere uma percepção generalizada entre os entrevistados de que a cobertura midiática atua na moldagem das atitudes e opiniões em relação à Polícia Militar, destacando a importância de uma análise mais aprofundada sobre a interação entre a mídia e as instituições de segurança pública.

Tal constatação se correlacionam com as críticas de Bruno Paes Manso, jornalista e pesquisador no Núcleo de Estudos da Violência da Universidade de São Paulo (2017, p. 54), que também aborda a influência prejudicial de um "amontoado de generalidades" estatísticas na compreensão do perfil da violência na cidade. Para o autor, a repetição contínua dessas generalidades não apenas dificulta a compreensão do fenômeno, mas também contribui para a perpetuação de estereótipos prejudiciais. Assim, os resultados desta pesquisa reforçam as preocupações levantadas por especialistas sobre o impacto da cobertura midiática na percepção pública e na compreensão adequada de questões relacionadas à violência e às operações policiais (MANSO, 2017).

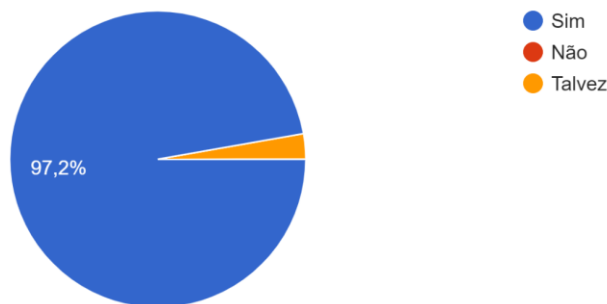
A abordagem da quarta questão visou avaliar a perspectiva dos participantes em relação à possibilidade de estratégias de comunicação mais equilibradas por parte da mídia atenuarem o medo da população em relação a eventos criminais. Os dados coletados revelam uma resposta afirmativa predominante, com expressivos 97,2% dos participantes indicando que acreditam que tal abordagem seria eficaz. Essa alta taxa de concordância sugere uma

percepção generalizada entre os respondentes de que a mídia atua na formação das percepções e receios relacionados à criminalidade, e que estratégias de comunicação mais balanceadas poderiam influenciar na redução do medo associado a tais eventos.

Figura 4: Gráfico apresentando a porcentagem de pessoas que responderam à pergunta.

Você acha que estratégias de comunicação mais equilibradas por parte da mídia poderiam contribuir para reduzir o medo da população em relação a eventos criminais?

36 respostas



A elevada taxa de concordância observada sugere uma percepção difundida entre os entrevistados acerca do papel da mídia na formação de percepções e receios relacionados à criminalidade. A indicação de que estratégias de comunicação mais equilibradas poderiam influenciar na redução do medo associado a tais eventos destaca a importância de abordagens mais ponderadas na divulgação de informações sobre crime.

A contribuição teórica de Charaudeau (2018) enriquece nossa compreensão desse fenômeno ao discutir o processo de construção da informação midiática. A escolha cuidadosa do entrevistado, as imagens apresentadas simultaneamente às suas declarações, as interpelações e os comentários jornalísticos, até mesmo o local escolhido para a interlocução, no mirante do Leblon, são elementos simbólicos que compõem o universo da informação midiática. O autor também destaca que esse universo não reflete simplesmente o que acontece no espaço público, mas é o resultado de uma construção deliberada.

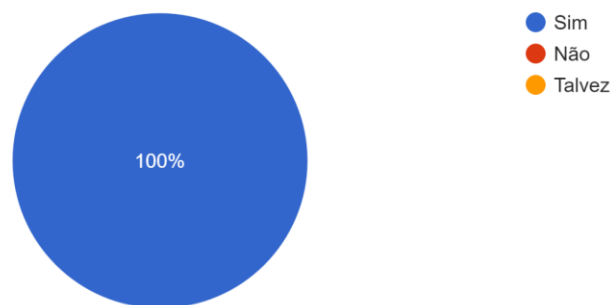
Ao enfatizar que os acontecimentos não são transmitidos em seu estado bruto, mas passam por processos de racionalização, seleção de fatos e atores, categorização e escolha de modos de visibilidade, Charaudeau (2018) destaca a influência significativa da instância midiática na formação da visão de mundo do cidadão. A imposição de uma visão previamente articulada, apresentada como a visão "natural" do mundo, destaca a necessidade crítica de

compreender e interpretar a informação midiática. A construção dessa visão de mundo, permeada por pontos de referência da instância midiática, contribui para a formação do espaço público a partir da interação entre a instância de recepção e as representações midiáticas.

A análise da pergunta 5 buscou investigar se os participantes acreditam que as notícias veiculadas pela mídia exercem influência na percepção da segurança pública pela sociedade. Os resultados obtidos revelam que a totalidade dos participantes, ou seja, 100%, afirmaram que sim, as notícias veiculadas pela mídia exercem impacto na forma como a sociedade percebe a segurança pública.

Figura 5: Gráfico apresentando a porcentagem de pessoas que responderam à pergunta.

Você acha que as notícias veiculadas pela mídia influenciam a percepção da segurança pública por parte da sociedade?
36 respostas



A análise deste dado sugere a necessidade de considerar o papel da mídia na moldagem da opinião pública quando se aborda a percepção da segurança pública pela sociedade. Conforme destacado por Teixeira (2011), ao explorarmos as características do sensacionalismo, não apenas revelamos suas propriedades, mas também desvelamos os efeitos psicológicos que a intensidade, repetição, exagero e apelo emotivo exercem sobre as pessoas. Além disso, essa observação oferece informações importantes para abordagens futuras e formulação de políticas relacionadas à comunicação e cobertura midiática sobre temas de segurança pública.

Portanto, o direcionamento conferido pela mídia aos fatos emerge como um fator determinante na formação da opinião pública. Esta consideração ressalta a relevância de uma abordagem cuidadosa e responsável por parte da mídia ao comunicar questões relacionadas à segurança pública.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo proporcionou uma análise sobre a percepção dos participantes em relação à influência da mídia na disseminação do medo em relação a eventos criminais e na percepção da segurança pública pela sociedade. A análise dos dados revelou que a maioria dos participantes acredita que a mídia contribui para a disseminação do medo em relação a eventos criminais, amplifica o medo da população em relação à segurança pública através de sua cobertura intensa, e influencia negativamente a eficácia das ações policiais e a confiança da comunidade na polícia. Além disso, os participantes expressaram uma forte crença de que estratégias de comunicação mais equilibradas por parte da mídia poderiam atenuar o medo da população em relação a eventos criminais.

A totalidade dos participantes concordou que as notícias veiculadas pela mídia exercem impacto na forma como a sociedade percebe a segurança pública, destacando a influência abrangente e penetrante da mídia na formação da opinião pública sobre questões relacionadas à criminalidade e à segurança. Tais resultados ressaltam a importância de uma abordagem responsável e ética por parte da mídia ao comunicar questões relacionadas à segurança pública. Dessa forma, é importante que os meios de comunicação reconheçam o poder que possuem na moldagem das percepções e atitudes do público e que atuem com responsabilidade, equilíbrio e precisão na divulgação de informações sobre eventos criminais e ações policiais.

Além disso, os resultados deste estudo destacam a necessidade de uma maior conscientização por parte do público sobre os efeitos da cobertura midiática na formação de suas percepções e atitudes em relação à segurança pública. A educação e a promoção da mídia são importantes para capacitar os indivíduos a analisar criticamente as informações fornecidas pela mídia e a desenvolver uma compreensão mais informada e equilibrada sobre questões relacionadas à criminalidade e à segurança. Portanto, destaca-se a importância de abordagens mais reflexivas e responsáveis na comunicação de questões sensíveis que afetam a sociedade como um todo.

Portanto, é importante ressaltar que a forma como as informações são recebidas tem uma influência significativa nas percepções e crenças individuais. Nesse contexto, este estudo destaca a necessidade de uma análise crítica das informações midiáticas, visando distinguir entre relatos sensacionalistas e fatos verídicos. Tal abordagem pode contribuir para diálogos mais esclarecedores e responsáveis sobre questões como a segurança pública.

REFERÊNCIAS

ALMENDRA, Dinaldo; DE MORAES, Pedro Rodolfo Bodê. O medo, a mídia e a violência urbana—A pedagogia política da segurança pública no Paraná. **Revista Brasileira de Segurança Pública**, v. 6, n. 2, 2012.

CHARAUDEAU, Patrick. A televisão e o 11 de setembro: alguns efeitos do imaginário. **Logos**, v. 13, n. 1, p. 11-20, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso das mídias. 2. ed., 4ª impressão. São Paulo: **Contexto**, 2018.

DE CASTRO, Henrique Hoffmann Monteiro; MATRAK FILHO, Riskala; MONTEIRO, Victor Bomfim. O sistema de segurança pública e o medo do crime. **Revista Ordem Pública**, v. 4, n. 1/2, p. 91-100, 2011.

DO VALE, Rony Petterson Gomes; BARROS, Camila Cardoso. O sensacionalista: uma mídia pelo método confuso. **Palimpsesto-Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da UERJ**, v. 20, n. 35, p. 268-290, 2021.

GUEDES, I.; CARDOSO, C.; AGRA, C. Medo do crime: revisão conceptual e metodológica. **A Criminologia: um arquipélago interdisciplinar**, p. 213-248, 2012.

IJUIM, Jorge Kanehide. A responsabilidade social do jornalista e o pensamento de Paulo Freire. **Em questão**, v. 15, n. 2, p. 31-43, 2009.

LIBOIS, Boris. Ética e mídia. In: CANTO-SPERBER, Monique (Org.). **Dicionário de ética e filosofia moral. São Leopoldo: Editora da Unisinos**, 2003.

MANSO, Bruno Paes; DIAS, Camila Nunes. PCC, sistema prisional e gestão do novo mundo do crime no Brasil. **Revista brasileira de segurança pública**, v. 11, n. 2, p. 10-29, 2017.

MARTINS, Andreza Skarleth Cunha; ALBUQUERQUE, Daiana; DE ARAÚJO, Igor Câmara. Jornalismo versus sensacionalismo: a espetacularização da notícia. In: **Anais do Encontro Virtual de Documentação em Software Livre e Congresso Internacional de Linguagem e Tecnologia Online**. 2020.

MASI, Carlos Velho. O papel da mídia na disseminação do medo. **Revista Magister de Direito Penal e Processual Penal**, Porto Alegre, v. 10, n. 59, p. 95-102, 2014.

PASTANA, Débora Regina. Cultura do medo e democracia: um paradoxo brasileiro. **Mediações-Revista de Ciências Sociais**, v. 2, pág. 183-198, 2005.

PINTO, Ana Rita da Costa. A cultura do medo como instrumento de legitimação da intervenção federal na segurança pública no estado do Rio de Janeiro.

RODRIGUES, Corinne D.; OLIVEIRA, Valéria Cristina. Medo de crime, integração social e desordem: uma análise da sensação de insegurança e do risco percebido na capital de Minas Gerais. **Revista Teoria & Sociedade**, v. 20, n. 2, p. 156-184, 2012.

SILVA, Bráulio Figueiredo Alves da; BEATO FILHO, Claudio Chaves. Ecologia social do medo: avaliando a associação entre contexto de bairro e medo de crime. **Revista Brasileira de Estudos de População**, v. 30, p. S155-S170, 2013.

TEIXEIRA, Marieli Rangel. **As propriedades do jornalismo sensacionalista: uma análise da cobertura do caso Isabella Nardoni**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/2064/1/000432475-Texto%2BCompleto-0.pdf>. Acesso em: 29 fev. 2024.

WAINBERG, Jacques A. Comunicação internacional e intercultural: A luta pelo imaginário social, o temor à segregação e o caso do terrorismo. **Civitas-Revista de Ciências Sociais**, v. 5, n. 2, p. 275-295, 2005.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO ELETRÔNICO

Você está sendo convidado(a) a participar de uma pesquisa sobre "O Impacto da Mídia na Percepção Pública do Crime: Dinâmicas na Disseminação do Medo". Esta pesquisa é conduzida por aluno Sd. Jhone como parte de seu trabalho de conclusão de curso. Sua participação é completamente voluntária, e agradecemos o tempo que dedicará para responder às perguntas.

Sim

Não

1. Você acredita que a mídia pode contribuir na disseminação do medo na população em relação a eventos criminais?
 Sim
 Não
 Talvez
2. Você considera que a cobertura midiática intensa de eventos criminais pode amplificar o medo da população em relação à segurança pública?
 Sim
 Não
 Talvez
3. Você acredita que a forma como a mídia aborda eventos criminais pode impactar a eficácia das ações policiais e a confiança da comunidade na Polícia Militar?
 Sim
 Não
 Talvez
4. Você acha que estratégias de comunicação mais equilibradas por parte da mídia poderiam contribuir para reduzir o medo da população em relação a eventos criminais?
 Sim
 Não
 Talvez
5. Você acha que as notícias veiculadas pela mídia influenciam a percepção da segurança pública por parte da sociedade?
 Sim
 Não
 Talvez
6. Você concorda com os termos expostos acima?
 Sim
 Não