



Opinião Pública

ISSN: 0104-6276

ISSN: 1807-0191

Centro de Estudos de Opinião Pública da Universidade
Estadual de Campinas

Costa, Arthur Trindade M; Durante, Marcelo Ottoni
A mídia e o medo do crime no Distrito Federal
Opinião Pública, vol. 28, núm. 2, 2022, Maio-Agosto, pp. 487-509
Centro de Estudos de Opinião Pública da Universidade Estadual de Campinas

DOI: <https://doi.org/10.1590/1807-01912022282487>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32972850007>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

redalyc.org
UAEM

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

A mídia e o medo do crime no Distrito Federal

Arthur Trindade M. Costa¹ 

Marcelo Ottoni Durante² 

O objetivo deste artigo é examinar a influência da mídia na percepção do medo do crime entre moradores do Distrito Federal brasileiro. O estudo explora a influência das características da audiência na relação entre a mídia e o medo do crime. Também analisamos o impacto de diferentes tipos de mídia (TV, jornais e redes sociais) sobre o medo do crime. Os resultados mostram que a influência da mídia sobre o medo do crime depende do tipo de mídia, devido às diferenças em seu conteúdo e às características da audiência.

Palavras-chave: medo do crime; mídia; percepção de risco; Distrito Federal; Brasil

Introdução

Atualmente, as pesquisas sobre o medo do crime constituem um importante campo de estudos na área de criminologia. Embora os primeiros estudos tenham surgido na década de 1970, foi só a partir dos anos 1980 que a agenda de pesquisa ganhou volume. A partir daí, surgiram várias investigações apontando que, ao contrário do que supõe o senso comum, o medo do crime e a vitimização criminal não estão necessariamente associados³.

Essa relação depende do tipo de crime e do número de vezes que a pessoa foi vitimada. Apenas as pessoas que foram vítimas de crimes violentos ou que foram vítimas de vários crimes tendem a sentir mais medo (Gray, Jackson e Farrall, 2008; Tseloni e Zarafonitou, 2008). A constatação de que há pouca relação entre esses dois fenômenos fez com que os pesquisadores buscassem entender os principais fatores explicativos do medo do crime, bem como analisar seus impactos sobre a qualidade de vida das pessoas.

O medo é uma ansiedade suscitada pela consciência de perigo. A ideia de que algo ou alguém possa ameaçar a segurança ou a vida faz com que o cérebro ative, involuntariamente, uma série de compostos químicos que provocam reações físicas como aumento dos batimentos cardíacos, aceleração da respiração e contração muscular. O medo, portanto, é uma sensação de alerta de extrema importância para a sobrevivência

¹ Universidade de Brasília, Departamento de Sociologia. Brasília (DF), Brasil. E-mail: <arthurmcosta@gmail.com>.

² Universidade Federal de Viçosa, Departamento de Ciências Sociais. Viçosa (MG), Brasil. E-mail: <modurante71@gmail.com>.

³ Para uma revisão da literatura do campo de estudos e um breve histórico ver Hale (1996) e Henson e Reynolds (2015).

humana. Normalmente para surgir o medo é necessária a presença de um estímulo que provoque ansiedade e insegurança no indivíduo.

O medo do crime é um tipo particular de ansiedade provocada pela percepção do risco de ser vítima de crime. Essa ansiedade pode ser provocada por uma ameaça imediata e real ou ser resultado de crenças e representações sociais a respeito dos criminosos e do risco de vitimização criminal. Essas representações sociais variam de acordo com o perfil dos indivíduos, classe social e lugar onde residem e transitam.

O receio de ser vítima de criminalidade tem consequências bastante concretas. Ele tem efeitos psicológicos negativos, causando algumas doenças mentais relacionadas a ansiedades, descrenças nos outros e insatisfações com a vida urbana. No plano social, o medo restringe alguns comportamentos, fragiliza os laços vicinais e esvazia os espaços públicos. Ele também tem consequências econômicas, levando ao aumento de gastos das pessoas e das empresas com segurança, produzindo processos de gentrificação e especulação imobiliária e condicionando tanto as formas de acesso das pessoas ao mercado, quanto sua propensão de gastar e investir recursos financeiros. No plano político, o medo abre espaço para discursos punitivistas, sexistas, racistas e xenófobos (Costa e Durante, 2019a).

No Brasil, as pesquisas sobre medo do crime e suas consequências são predominantemente qualitativas. Em geral são estudos etnográficos sobre como a “fala do crime” é construída e afeta o cotidiano das famílias (Caldeira, 2000; Machado, Borges e Moura, 2014). Ainda são poucos os estudos baseados em *pesquisas de vitimização* que permitem comparabilidade. A maior parte das pesquisas quantitativas buscou explicar as relações entre o medo e as variáveis sociodemográficas (Caminhas, 2010; Borges, 2011; Rodrigues e Oliveira, 2012; Cardoso, Seibel e Monteiro, 2013; Silva e Beato Filho, 2013).

Um dos aspectos frequentemente associados ao medo do crime é a cobertura da mídia sobre violência e criminalidade. As pesquisas têm mostrado que a cobertura da mídia distorce a realidade, uma vez que incide desproporcionalmente sobre determinados tipos de crimes e vítimas (Reiner, 2007). Entretanto, ainda não está claro como essa superexposição midiática da violência impacta o medo do crime.

Tendo em vista esse cenário, o objetivo deste artigo é examinar a influência da mídia sobre as percepções sobre o medo do crime entre os moradores do Distrito Federal. O estudo explora dois aspectos: (1) como as características da audiência impactam a relação entre a mídia e o medo do crime e (2) como os diferentes tipos de mídia impactam o medo do crime.

Para responder a essas questões, nos apoiamos na literatura sobre o cultivo de mídia (*cultivation theory*) elaborada por George Gerbner (1969; 1970; 1998). Segundo esse autor, o consumo exagerado de mídia tende a homogeneizar as representações sociais sobre a realidade. Alguns grupos tendem a confirmar o que veem na mídia, outros tendem a amplificar essas percepções. Nossa hipótese é que a influência da mídia sobre o

medo do crime varia por tipos de mídia, devido às diferenças de seus conteúdos e das características da audiência.

A literatura sobre a relação entre a mídia e o medo do crime

Nas sociedades contemporâneas, a mídia é um dos principais produtores das representações que orientam as condutas dos atores sociais. Ou seja, ela não se limita a apresentar a realidade, mas também a representá-la. Assim, para compreender a mídia é necessário analisar as narrativas que ela produz ao representar a realidade e que chegam à sociedade na forma de notícias. Entender como a mídia produz certas representações sobre violência, criminalidade e polícia é muito mais importante do que nos preocupar apenas em desmenti-las ou confirmá-las (Porto, 2009).

Notícias sobre crime e polícia sempre ocuparam espaço importante na mídia. Entretanto, foi a partir da década de 1950, com o surgimento da televisão, que esse tipo de notícia passou a ganhar proeminência em todos os meios de comunicação, pois, como sugeriu Patrick Champagne (1993), a hegemonia da televisão não age apenas sobre os telespectadores comuns, mas também sobre as demais mídias. Ou seja, as mídias se alimentam das mídias.

As pesquisas também têm mostrado que a forma como a notícia é recebida varia de acordo com o grupo social, dependendo da sua capacidade de filtrar as narrativas produzidas pela mídia (Bourdieu, 1997). Embora a renda e o grau de instrução importem, os estudos apontam que o local de moradia e as relações de vizinhança são mais poderosos filtros para as notícias sobre crime e polícia. Não são as pessoas mais instruídas e moradoras de bairros de classe média que têm a maior capacidade de crítica sobre as notícias de crime e polícia. Ao contrário, são os moradores dos bairros pobres, cuja experiência de vida permite se contrapor às representações que a mídia faz sobre seu mundo, seus vizinhos e familiares. Eles sabem que as histórias narradas nos noticiários “não são bem assim”.

Em função da sua crescente importância, desenvolveu-se uma vasta área de estudos sobre os impactos da mídia para o campo da segurança pública. Apesar dos esforços, as pesquisas não conseguiram identificar claramente os efeitos da mídia na vida, seja para incentivar comportamentos antisociais, seja para aumentar o medo do crime. Não está claro se a mídia isoladamente é capaz de gerar comportamentos agressivos.

As condições da produção da mídia sobre o medo do crime têm sido pesquisadas há bastante tempo, mas foram os trabalhos de George Gerbner que deram impulso às pesquisas sobre o consumo de mídia e o medo do crime. De acordo com a teoria do cultivo de mídia (*cultivation theory*), aqueles que assistem televisão costumam acreditar que o conteúdo da programação é uma descrição da realidade. De acordo com a teoria do cultivo, quanto maior o consumo de programações violentas, maior será o medo de uma pessoa se tornar vítima de um crime. Os estudos iniciais descobriram que os telespectadores

frequentes tinham uma visão de mundo pessimista e tendiam a ter mais medo do crime e a desconfiar mais dos outros (Gerbner, 1969; 1970; 1998).

Ainda de acordo com a teoria do cultivo de mídia, o consumo exagerado de televisão homogeneiza visões e crenças do mundo entre os espectadores frequentes. Como a televisão está saturada de crime e violência, é esperado que os espectadores frequentes se tornem desconfiados e tenham mais medo do crime.

Entretanto, os estudos mais recentes mostram que, de forma geral, a experiência de vida e a interação com outras pessoas têm maior influência sobre a construção social da realidade do que as mensagens difundidas pela mídia (Surette, 2007). No entanto, haveria um ponto de saturação. O consumo acentuado de mídia geraria uma espécie de curto-círcuito nas outras formas de comunicação social. A partir de determinado nível de consumo, a mídia passaria a ser a principal fonte de produção da realidade social e, assim, relegaria as experiências pessoais e conversas com vizinhos a uma posição secundária na construção da realidade. O curto-círcito aconteceria quando as duas fontes de informação – mídia e conversas cotidianas – divergissem sobre os níveis de crime e de violência presentes na sociedade.

Os primeiros estudos inspirados na teoria do cultivo partiam do pressuposto de que os telespectadores, de modo geral, construíam significados semelhantes a partir dos conteúdos que assistiam. As evidências empíricas, no entanto, mostraram que a correlação entre assistir à televisão e o medo do crime não se aplicava aos controles sociodemográficos (Hirsch, 1980; 1981). Além disso, estudos descobriram que as taxas de criminalidade na área e a percepção de minorias raciais na vizinhança moderavam a influência do consumo de mídia (Eschholz, Chiricos e Gertz, 2003).

Esses estudos sugerem que o público não é um receptor passivo das informações da mídia, mas se engajaativamente na construção subjetiva de um significado com base em sua posição social e experiências pessoais. No que se refere ao medo do crime, as posições de subjetividade consideradas importantes seriam as variáveis sociodemográficas de gênero, idade, classe, raça/etnia, bem como fatores de vizinhança e experiências com o crime (Chiricos, Eschholz e Gertz, 1997; Livingstone, Allen e Reiner, 2001; Weitzer e Kubrin, 2004).

Duas perspectivas podem ser utilizadas para explicar como as características do público moderam a influência do consumo de mídia sobre o medo que os indivíduos têm do crime. A *perspectiva da ressonância* sugere que as mensagens da mídia são mais fortes quando combinam com as experiências dos espectadores (Gerbner et al., 1980). Assim, dentre os telespectadores frequentes, moradores de bairros com altas taxas de vitimização tenderiam a ter mais medo.

Por outro lado, a *perspectiva da substituição* sugere que os efeitos da mídia são mais fortes nas pessoas que têm pouca ou nenhuma experiência com a mensagem retratada (Adoni e Mane, 1984; Gunter, 1987). Com relação ao medo do crime, os telespectadores que vivem em regiões com taxas mais baixas de vitimização criminal,

habitadas por ricos, brancos e idosos, tenderiam a ter mais medo do crime em comparação aos grupos com maior probabilidade de serem vitimadas criminalmente, como os mais jovens, pobres e negros.

As duas perspectivas, *ressonância* e *substituição*, sugerem efeitos diferentes entre aqueles que foram vitimados e aqueles que não foram. A vitimização é utilizada como uma variável que mede a experiência de vida de cada pessoa. Entretanto, sabemos que a vitimização não está significativamente relacionada ao medo do crime (Costa e Durante, 2019b).

Algumas pesquisas encontraram evidências que apoiam a *perspectiva da ressonância*. Os dados mostram que a mídia influencia mais o medo do crime entre aqueles que vivem em áreas de altas taxas de vitimização (Doob e MacDonald, 1979; Chiricos, Padgett e Gertz, 2000; Weitzer e Kubrin, 2004). As evidências são variadas, no entanto, no que diz respeito a não vitimização. Weaver e Wakshlag (1986) descobriram que a exposição a programas de televisão relacionados ao crime aumentou significativamente o receio da criminalidade para aqueles que nunca foram vítimas de crime, mas diminuiu entre os que foram vítimas, sugerindo efeitos de *substituição*.

Da mesma forma, Chiricos, Eschholz e Gertz (1997) descobriram que as mulheres brancas que não foram vítimas de crime tinham mais altos níveis de medo associados à exibição de notícias na televisão. Entretanto, Weitzer e Kubrin (2004) não encontraram relação entre status de vítima, consumo de notícias na televisão e medo. Gerbner et al. (1980) descobriram que a correlação entre ver televisão e o medo era maior para mulheres e brancos do que homens e não brancos – evidência de efeitos de *substituição*. Chiricos, Padgett e Gertz (2000) descobriram que o consumo de notícias na televisão aumentava o medo entre negros e brancos, especialmente aqueles que viviam em áreas de alto crime, mas não tinham efeito sobre os latinos. Quando desagregaram a amostra por vitimização criminal, encontraram uma correlação positiva entre o consumo de notícias na televisão e o medo entre as vítimas brancas e latinas, mas os negros que não foram vitimados tinham mais medo do que os negros que foram vítimas de crime. Portanto, não há consenso sobre a relação entre a exposição à mídia televisiva e a vitimização criminal.

Entretanto, as pesquisas avançaram na compreensão da relação entre mídia e medo do crime. Os dados têm mostrado que as características da audiência moderam a influência do consumo de mídia relacionado ao crime sobre o medo. Ou seja, algumas variáveis demográficas parecem mediar de forma significativa a relação entre exposição à mídia e o medo da criminalidade.

Por fim, resta salientar que a maioria das pesquisas a respeito do impacto da mídia sobre o medo do crime se limita a um ou dois tipos de mídias. Contudo, há diferenças significativas entre os conteúdos dos noticiários de televisão, jornais e programas policiais. É um erro desconsiderar essas diferenças, pois o conteúdo dos programas, sua estrutura e o realismo como é percebido podem ter um impacto diferencial sobre o medo (Doyle, 2006; Grabe e Drew, 2007).

Alguns estudos que compararam os efeitos de vários tipos de mídias sobre o medo do crime encontraram diferenças significativas em sua influência sobre as percepções dos espectadores. Em geral, a exposição a notícias na televisão parece gerar mais medo do que assistir a outros tipos de programas de televisão ou ler o jornal (Chiricos, Eschholz e Gertz, 1997; Romer, Jamieson e Aday, 2003). Esses estudos sugerem que os tipos de mídia são relevantes para moldar as percepções dos consumidores.

Entre os tipos de mídia, a televisão parece ter mais influência sobre o medo, presumivelmente porque a visualização de histórias relacionadas à criminalidade evoca uma resposta visceral e emocional mais forte do que se obteria com a leitura. Por exemplo, programas de entretenimento criminoso costumam exibir cenas grotescas de morte. As notícias sobre crimes na televisão não são tão gráficas, mas a cobertura geralmente inclui uma cena de crime sangrenta e o corpo coberto da vítima. As notícias padrão sobre crimes geralmente incluem reações de membros da família chocados, indignados ou enlutados, o que também aumenta as reações emocionais dos espectadores. Como Surette (2007) sugere, as notícias modernas sobre crimes são projetadas para entreter através do consumo *voyeurista*. Por isso, haveria uma ênfase na cobertura de crimes graves e incomuns.

Outros estudos analisaram diferentes tipos de programas de televisão. Alguns estudos descobriram que assistir a notícias locais produzia mais medo do que assistir a notícias nacionais (Eschholz, Chiricos e Gertz, 2003; Romer, Jamieson e Aday, 2003; Weitzer e Kubrin, 2004; Callanan, 2012; Callanan e Rosenberger, 2015). O medo também aumentou para quem assistiu a dramas criminais ou programas de lei e de ordem (Eschholz, Chiricos e Gertz, 2003; Kort-Butler e Hartshorn, 2011; Callanan, 2012; Callanan e Rosenberger, 2015).

O enquadramento e a forma como as histórias são apresentadas também parece fazer a diferença. As notícias de televisão são episódicas, com ênfase nas histórias de crimes diárias que podem ser descritas em um curto período de tempo (Iyengar, 1991). Isso deixa pouco tempo para fornecer explicações sobre a ação ou para situar o crime dentro de tendências criminais de longa e média duração. Consequentemente, as informações fornecidas sobre o crime são descontextualizadas, com ênfase quase exclusiva na dramaticidade dos casos. Por outro lado, as notícias de jornais são temáticas, o que significa que elas fornecem uma cobertura mais profunda e geralmente se desdobram em vários artigos ao longo do tempo, o que permite ao leitor relacionar uma determinada história a outros crimes da mesma natureza.

Verificou-se que a natureza episódica das notícias de televisão gera crenças de que o crime é causado pela patologia no nível individual, em vez de explicações no nível social (Gilliam e Iyengar, 2000). Essas notícias tendem a aumentar o medo se os espectadores acreditarem que o crime é causado por indivíduos perigosos que podem atacar aleatoriamente as vítimas inocentes, independentemente do lugar e da situação.

O realismo percebido na mensagem da mídia também é importante. Quanto mais o espectador/leitor acredita que o conteúdo é realista, maior o impacto da mensagem sobre ele. Assim, dramas televisivos sobre o crime não evocariam o mesmo nível de medo que a cobertura televisiva do crime evoca. O realismo percebido e a credibilidade da fonte de mídia também tenderiam a ter maior impacto sobre o medo do que o nível de exposição ao gênero. Embora o realismo percebido tenha sido teorizado como uma característica do público, a maioria dos estudos não mede diretamente essa percepção e, portanto, não podemos assumir que o público percebe os gêneros de ficção da mesma forma que o noticiário (Busselle e Greenberg, 2000).

Alguns estudos desagregaram amostras por raça para comparar os efeitos dos usos de vários tipos de mídia sobre o medo do crime. Lane e Meeker (2003) compararam os efeitos diretos e indiretos do uso de jornais ou notícias da televisão local como a principal fonte de informações sobre a criminalidade e sobre o risco percebido e o medo do crime. Os autores descobriram que os brancos que usavam os jornais como sua principal fonte de informações sobre o crime sentiam menos risco e, portanto, menos medo. No entanto, os brancos que consideravam as notícias na televisão como sua principal fonte de informação não foram influenciados por essas notícias.

Por outro lado, o uso do jornal como fonte primária de informações sobre crimes relacionados a gangues não teve efeito sobre o risco percebido pelos latinos e o medo do crime. Já as notícias da televisão local aumentaram diretamente a percepção de risco e indiretamente aumentaram o medo de crimes relacionados a gangues (Lane e Meeker, 2003).

Weitzer e Kubrin (2004) compararam o efeito da principal fonte de notícias dos entrevistados (noticiário de televisão local, noticiário nacional de televisão, jornais, rádio, internet e outras fontes) entre brancos e negros e descobriram que apenas os negros que usavam notícias locais de televisão tinham maior medo do crime. Chiricos, Eschholz e Gertz (1997) desagregaram sua amostra por raça e gênero para comparar os efeitos do consumo de notícias de rádio e televisão e descobriram que o consumo de notícias de televisão aumentou o medo apenas entre mulheres brancas de meia idade.

Finalmente, na análise mais refinada da literatura até o momento, Eschholz, Chiricos e Gertz (2003) compararam sete gêneros diferentes de programação televisiva sobre o medo do crime entre negros e brancos e descobriram que os negros que consumiam notícias locais e programas policiais tendiam a ter maior medo do crime. Entretanto, os brancos não foram impactados por esses meios de comunicação. Análises posteriores demonstraram que a mídia relacionada ao crime elevou o medo dos entrevistados brancos que perceberam que estavam vivendo em uma comunidade com uma grande porcentagem de negros.

Metodologia

A fonte de dados para elaboração deste artigo foi a Pesquisa de Vitimização Distrital (PVD) realizada no Distrito Federal em 2017⁴. Financiada pela Secretaria do Estado de Segurança Pública do Distrito Federal (SSPDF) e realizada a partir da contratação de uma empresa especializada na realização de pesquisas de opinião, essa iniciativa foi parte de um projeto de gestão da informação da SSPDF que contou ainda com outras três pesquisas de vitimização e várias outras pesquisas na área de segurança pública. A pesquisa envolveu a realização de um *survey* com amostra de 19.897 membros da população residente no Distrito Federal com idade acima de 16 anos. A seleção dos entrevistados foi efetuada em um processo de dois estágios: primeiro a seleção aleatória dos domicílios a serem visitados por Região Administrativa a partir do cadastro de endereços (IPTU) e, em seguida, dentro de cada domicílio, a seleção aleatória do morador a ser entrevistado, a partir da listagem das pessoas residentes no domicílio. A pesquisa, representativa da situação do Distrito Federal e de cada uma das 31 Regiões Administrativas em particular, teve uma margem de erro de 0,7% para o Distrito Federal.

A avaliação da nossa hipótese – a influência da mídia sobre o medo do crime depende do tipo de mídia e das características da audiência – seguiu a seguinte estratégia:

1. Fizemos uma descrição de onde estavam os maiores percentuais de pessoas que se sentem inseguras, que sentem risco elevado de serem vitimadas por crimes e que mudam sua conduta em função do medo, dividindo nossos entrevistados em quatro grupos estruturados a partir do tipo prioritário de fonte de informação que as pessoas utilizam para construir sua percepção da situação da segurança pública.
2. Realizamos, também em caráter descritivo, uma análise do perfil da audiência de cada um desses tipos prioritários de fonte de informação sobre a situação da segurança pública, levando em conta as informações: gênero, raça, idade, educação e renda.
3. Desenvolvemos uma análise de regressão logística multivariada para avaliar o impacto das fontes de informação e do perfil da população sobre o medo do crime, controlando também pelo impacto de a pessoa ter sido vitimada por algum crime e, em especial, por crimes violentos. Dessa forma, conseguimos, controlando pelos impactos desses outros fatores e seguindo os critérios estatísticos necessários para garantir a representatividade dos resultados alcançados, identificar qual a influência efetiva da mídia e das características da audiência sobre o medo do crime.

⁴ A base de dados é de propriedade da Secretaria de Segurança Pública e da Paz Social do Distrito Federal, que autorizou, em 2018, o uso dos dados visando contribuir para a produção de conhecimento científico sobre o medo, suas causas e problemas trazidos para a população do Distrito Federal. O questionário está disponível no site do Cesop na página deste artigo, na seção Revista Opinião Pública: <https://www.cesop.unicamp.br/por/opiniao_publica>.

Há diferentes formas de mensurar o medo do crime. Alguns estudos exploram os aspectos afetivos relacionados ao medo. Devido às pessoas sentirem raiva e indignação com a perspectiva do crime, algumas pesquisas perguntam “*do que você tem medo*”. Outras pesquisas exploram aspectos cognitivos associados ao medo do crime. De certa forma, as pessoas avaliam o risco de serem vítimas de crimes. Assim, os pesquisadores perguntam “*qual a possibilidade de você ser roubado*” (ou furtado, agredido, ameaçado, etc.).

Existem pesquisas que avaliam alguns aspectos comportamentais derivados do medo do crime. Os pesquisadores perguntam “*o que pessoas evitam*”. Elas podem evitar andar em certas áreas, usar certos objetos, se deparar com certas situações. Essa forma de medir o medo do crime é bastante simples, pois aborda o comportamento das pessoas e não suas atitudes e percepções.

O questionário utilizado na Pesquisa de Vitimização Distrital abordou o medo nas perspectivas da sensação de insegurança, do risco percebido de ser vítima de um conjunto de crimes e daquilo que as pessoas evitam fazer em função do medo. Assim, foi perguntado se as pessoas se sentem seguras nos seguintes contextos: em casa (1) sozinho e (2) acompanhado pela família, e nas vias públicas do (3) bairro onde reside de dia, (4) bairro onde reside à noite, (5) outros bairros da cidade de dia e (6) outros bairros da cidade à noite. Os pesquisadores também perguntaram qual a percepção da pessoa sobre o risco de ser vítima de (1) violência sexual, (2) morta por homicídio, (3) roubo e (4) sequestro. Por fim, foi perguntado se as pessoas evitam: (1) sair à noite ou chegar muito tarde em casa, (2) frequentar locais desertos ou eventos com poucas pessoas circulando, (3) frequentar locais com grande concentração de pessoas, (4) sair de casa portando muito dinheiro, objetos de valor ou outros pertences que chamem atenção, (5) usar algum transporte coletivo que precisaria usar, (6) conversar ou atender pessoas estranhas, (7) frequentar locais onde haja consumo de bebidas alcoólicas e (8) ficar em casa sozinho(a).

O questionário da PVD viabilizou a análise das fontes de informação que pautam a percepção da realidade da pessoa sobre a segurança pública a partir da seguinte pergunta: “*Sua sensação de insegurança e percepção de risco resulta principalmente*”: (1) da sua vivência na vizinhança, (2) das notícias publicadas na mídia (TV, rádio e jornal), (3) das conversas com amigos ou vizinhos, (4) das matérias disponíveis na internet fora da mídia e (5) outros.

Por fim, a PVD ainda subsidiou nossa análise com as informações de perfil socioeconômico do entrevistado (gênero, idade, raça, grau de educação e renda familiar) e com as informações sobre sua vitimização por eventos criminais de forma geral (furto, roubo, fraude, ameaça, agressão física, ofensa sexual, sequestro e discriminação) e crimes violentos (roubo, sequestro, agressão física e ofensa sexual).

No questionário da PVD, a questão relativa ao gênero trazia apenas as opções masculino e feminino para resposta, a questão da renda foi trabalhada a partir da renda total mensal em salários mínimos de todas as pessoas que moram no domicílio, somando

todas as fontes como salário, pensão, aposentadoria, benefícios sociais, aluguéis e bicos, a raça trazia como opções de resposta branca, preta, parda, amarela ou indígena, a idade trazia uma questão aberta para ser respondida em anos completos e a educação trazia como respostas possíveis: sem instrução, ensino fundamental completo e incompleto, ensino médio completo e incompleto, superior completo e incompleto e pós-graduação.

As mídias e o medo do crime

Analisando as fontes de informação que embasam o medo do crime dos cidadãos, a pesquisa mostrou que não há diferenças significativas entre o volume de entrevistados que têm a mídia tradicional (41,1%) e a vivência na vizinhança (39,2%) como principais fontes de informação. Os dados também mostraram que um volume pequeno de entrevistados tem as mídias digitais e as conversas com os vizinhos como principal fonte (Tabela 1):

Tabela 1
Fontes de informação determinantes do medo (%)

Sua sensação de insegurança e percepção de risco resulta principalmente	Percentual geral
Das notícias publicadas na mídia (TV, rádio e jornal)	41,1
De matérias disponíveis na internet	4,0
Das conversas com amigos ou vizinhos	10,5
Da sua vivência na vizinhança	39,2
Outra resposta	3,6
Não sabe	1,6
Total	100,0

Fonte: PDV, 2017.

Com relação à percepção de veracidade dos conteúdos veiculados pela mídia, uma parte significativa dos entrevistados (39,1%) acredita que a mídia exagera ao noticiar crimes. Outros 34,4% acreditam que as notícias são fielmente noticiadas pela mídia. E apenas 26,5% acham que os fatos são piores do que a mídia noticiou (Tabela 2):

Tabela 2
Percepção da veracidade dos conteúdos da mídia (%)

As reportagens divulgadas pela mídia mostram a realidade da segurança pública	Percentual
Pior do que é de fato	39,1
Da forma como ela realmente ocorre	34,4
Melhor do que é de fato	26,5
Total	100,0

Fonte: PDV, 2017.

No contexto do bairro onde a pessoa mora, o maior percentual de entrevistados que se sentem inseguros está entre os que se informam sobre a situação da segurança

pública pela sua vivência na vizinhança. No contexto das vias públicas dos demais bairros da cidade, os percentuais mais elevados de insegurança foram encontrados entre os que se informam tanto pela vivência na vizinhança quanto pelas notícias publicadas na mídia (TV, rádio e jornais). Por fim, cabe salientar que os menores percentuais de inseguros foram encontrados entre aqueles que se informam sobre criminalidade pela internet e especificamente no contexto da vizinhança onde a pessoa reside. A sensação de insegurança na residência onde ela mora também diminui quando a pessoa está acompanhada (Tabela 3):

Tabela 3
Mídia e sensação de insegurança (%)

Percentual da população que sente insegurança			Origem do medo			
			Notícias publicadas na mídia (TV, rádio e jornal)	Matérias disponíveis na internet fora da mídia	Conversas com amigos ou vizinhos	Sua vivência na vizinhança
Vias Públicas	Bairro Reside	Dia	44,5	37,9	43,5	55,3
		Noite	77,1	74,6	78,9	83,5
	Outros Bairros	Dia	74,2	69,5	69,4	74,4
		Noite	90,6	88,6	89,0	91,0
Casa	Sozinho		24,2	17,4	23,6	27,5
	Acompanhado familiares		10,1	5,4	10,1	14,8
	Só com o cônjuge		7,2	6,2	8,3	11,9

Fonte: PDV, 2017.

Apenas em relação aos homicídios, o maior percentual de entrevistados que considera elevado o risco de ser vítima está entre os que se informam pela sua vivência na vizinhança. Com relação aos roubos e sequestros, encontramos os percentuais de percepção de risco mais elevados e muito próximos entre os que se informam pela vivência na vizinhança e pelas conversas com amigos e vizinhos. Em relação às agressões sexuais, os percentuais de entrevistados que consideram elevado o risco de ser vítima estão muito próximos nos diversos contextos de fonte de informação analisados, com exceção de que entre os que se informam pela mídia esse percentual é ligeiramente menor. Por fim, resta salientar que apenas em relação aos homicídios, efetivamente encontramos um grupo – os que se informam pela internet – que se destaca pelo baixo percentual de entrevistados que sentem risco elevado de serem vitimados (Tabela 4):

Tabela 4
Mídia e percepção de risco (%)

Percentual da população que considera elevado o risco de ser	Notícias publicadas na mídia (TV, rádio e jornal)	Matérias disponíveis na internet fora da mídia	Conversas com amigos ou vizinhos	Sua vivência na vizinhança
Agressão Sexual	26,0	28,6	28,7	28,4
Homicídio	43,2	36,7	42,8	51,7
Roubo	66,5	67,6	74,3	75,2
Sequestro	38,5	38,2	41,5	42,5

Fonte: PDV, 2017.

No que se refere à mudança de comportamento em função da situação da segurança pública, verificamos uma semelhança, em quatro dos oito tipos de mudanças de comportamento analisadas, nos níveis de mudança de comportamento entre os informados pelos quatro tipos de fonte de informação pesquisadas. Nos outros quatro tipos de mudança de comportamento analisados (evitar sair de casa à noite ou chegar muito tarde em casa, frequentar locais com grande concentração de pessoas ou onde haja consumo de bebidas alcoólicas e conversar ou atender pessoas estranhas), encontramos os maiores percentuais de entrevistados que mudaram de comportamento entre os que se informaram prioritariamente pelas notícias publicadas na mídia. Por fim, resta salientar que encontramos os menores percentuais de entrevistados que mudaram de comportamento entre os que se informaram prioritariamente pela internet e apenas no tocante a evitar sair de casa à noite ou chegar muito tarde em casa e frequentar locais onde haja consumo de bebidas alcoólicas (Tabela 5):

Tabela 5
Mídia e mudança de comportamento (%)

Percentual da população que evita	Notícias publicadas na mídia (TV, rádio e jornal)	Matérias disponíveis na internet	Conversas com amigos ou vizinhos	Sua vivência na vizinhança
Sair à noite ou chegar muito tarde em casa	81,8	70,4	76,2	78,6
Frequentar locais desertos ou eventos com poucas pessoas circulando	90,8	89,0	88,6	89,1
Frequentar locais com grande concentração de pessoas	72,2	62,9	64,6	68,9
Sair de casa portando muito dinheiro, objetos de valor ou outros pertences que chamem atenção	91,0	91,0	91,3	90,0
Usar algum transporte coletivo que precisaria usar	39,4	38,2	36,6	38,1
Conversar ou atender pessoas estranhas	82,2	77,0	80,5	79,3
Frequentar locais onde haja consumo de bebidas alcoólicas	78,3	61,9	68,1	72,6
Ficar em casa sozinho(a)	26,2	24,1	24,8	25,6

Fonte: PDV, 2017.

Sem desagregar os dados por variáveis sociodemográficas, essas análises da presença do medo, segundo o tipo de fonte prioritária de informação sobre a situação da segurança, evidenciam que o medo, nas dimensões da sensação de insegurança e

percepção de risco, não está presente de forma mais elevada entre aqueles que têm a mídia tradicional como principal fonte de informação. Apenas no contexto de alguns tipos de mudanças de comportamento analisados encontramos elevada concentração do medo entre os que se informam por essa mídia.

Esses achados caminham em sentido semelhante ao que encontramos em algumas fontes bibliográficas. Dahlgren (1988) identificou que as características da audiência afetam a forma como as mensagens são interpretadas. No caso do Distrito Federal, entre as pessoas que convivem diariamente com uma realidade violenta, a mídia perde força na explicação da sensação de insegurança e percepção de risco. Por outro lado, mudanças de comportamento dependem do gasto de recursos e de tempo que, de modo geral, estão mais presentes entre as pessoas que residem em regiões menos violentas. Nesse contexto social ocorreria o fenômeno da substituição, pois as pessoas constroem sua percepção da situação da segurança pública a partir daquilo que recebem da mídia. Salientamos, no entanto, que, até aqui, esses achados constituem apenas especulações, que serão testadas estatisticamente quanto à sua capacidade de representar o que de fato ocorre entre os moradores do DF quando realizarmos as regressões na última etapa da análise dos dados.

Perfil dos usuários das distintas fontes de informação

Os estudos apontam que, de forma geral, as mulheres se destacam entre os grupos mais vitimados, com mais medo e maior percepção de risco. As diferenças de gênero se sobressaem em todos os grupos etários, faixas de renda ou nível de escolaridade (Hale, 1996; Özascilar, 2013). Isso ocorre em função de três aspectos. Primeiro, o medo de agressões sexuais influencia fortemente a percepção de risco. Além disso, há uma preocupação sempre presente de ser vítima de algum tipo de agressão sexual (Warr, 1984; Ferraro, 1996). Segundo, o medo de agressão sexual influencia também o medo de outros tipos de crime não sexuais que envolvam algum tipo de interação entre vítima e agressor (Özascilar, 2013). Por último, essa percepção de risco implica em diferenças no estilo de vida e marcam profundamente a socialização das mulheres (Ferraro, 1996; Özascilar, 2013).

De acordo com os dados analisados, há significativas diferenças entre homens e mulheres quanto às fontes de informação que mais utilizam, que influenciam na construção do medo do crime. Entre as mulheres, o uso da mídia tradicional e as conversas com vizinhos mais influenciam na construção do medo e, entre os homens, ele é mais afetado pela vivência na vizinhança.

Esse cenário sugere que, para as mulheres, pode estar acontecendo uma substituição da experiência pessoal pelas notícias veiculadas pela televisão, rádio e jornais e pelas conversas com vizinhos. Nesse caso, a mídia tradicional, de fato, estaria impactando significativamente no medo das mulheres. Por fim, resta salientar que a

diferença entre homens e mulheres no que diz respeito ao medo produzido pelas mídias digitais não é significativa (Tabela 6):

Tabela 6
Mídia e gênero (%)

Sua sensação de insegurança e percepção de risco resulta principalmente	Perfil – Sexo		Total
	Masculino	Feminino	
Das notícias publicadas na mídia (TV, rádio e jornal)	39,9	60,1	100,0
Das matérias disponíveis na internet fora da mídia	48,2	51,8	100,0
Das conversas com amigos ou vizinhos	46,9	53,1	100,0
Da sua vivência na vizinhança	54,7	45,3	100,0

Fonte: PDV, 2017.

A idade é outro fator fortemente associado ao medo do crime e à percepção de risco. Embora sejam menos vitimadas, as pessoas mais idosas tendem a sentir-se mais inseguras. Isso se deve à maior vulnerabilidade desse grupo etário, que afeta fortemente a sua percepção de risco, alterando assim seu estilo de vida a fim de diminuir sua exposição (Ceccato e Bamzar, 2016).

De acordo com os dados analisados, há diferenças significativas entre os diversos grupos etários em função da fonte de informação que utilizam para a construção do medo. O uso da mídia tradicional (TV, rádio e jornal) se destaca especialmente entre as pessoas mais velhas (acima de 40 anos). O uso das matérias da internet se destaca entre as pessoas mais novas (abaixo de 40 anos). Por fim, a vivência na vizinhança e as conversas com vizinhos estão mais presentes entre as pessoas com idade entre 25 e 59 anos.

Desses resultados, concluímos que, entre as pessoas mais velhas, a mídia tradicional tem substituído a experiência pessoal na construção da realidade. Embora menor do que verificado entre os mais velhos, também há um efeito de substituição entre os jovens, só que pelas mídias digitais. Nos outros dois grupos etários não se verificou a presença desse efeito de substituição de forma tão forte, ou seja, essas pessoas estão mais inclinadas a construir seu medo a partir das suas experiências pessoais, seja a partir da vivência presencial, seja a partir daquilo que ouvem dos seus amigos e familiares sobre o que está ocorrendo (Tabela 7):

Tabela 7
Mídia e idade (%)

Sua sensação de insegurança e percepção de risco resulta principalmente	Perfil – Idade				Total
	Até 24 anos	25 a 39 anos	40 a 59 anos	Maior 59 anos	
Das notícias publicadas na mídia (TV, rádio e jornal)	14,2	24,1	35,0	26,7	100,0
Das matérias disponíveis na internet fora da mídia	28,3	37,1	26,6	8,0	100,0
Das conversas com amigos ou vizinhos	21,9	31,3	32,1	14,6	100,0
Da sua vivência na vizinhança	21,9	33,3	31,7	13,1	100,0

Fonte: PDV, 2017.

Os estudos mostram que a renda e a raça estão fortemente associadas ao medo e à percepção de risco. Isso acontece em função de fatores ambientais e sociais, uma vez que esses grupos normalmente residem em áreas degradadas ou com frágil infraestrutura urbana, com altas taxas de criminalidade e incivilidade. O medo e a percepção de risco existentes nessas localidades afetam a confiança e a coesão social. Além disso, a estigmatização dessas áreas aumenta o clima de desconfiança e a tensão entre os agentes estatais (especialmente os policiais) e a comunidade (Box, Hale e Andrews, 1988).

Tanto a população de baixa renda quanto a população negra se enquadram na perspectiva da ressonância. Ou seja, as mídias parecem refletir as situações descritas pelos amigos e vizinhos e vivenciadas pelas próprias pessoas. Nesse caso, a mídia não potencializa o medo que esses grupos sentem. Ela apenas reforça aquilo que já se sabe.

De acordo com os dados analisados, verificamos que o perfil dos usuários das distintas fontes de informação não apresenta diferenças significativas em relação à renda familiar. Cabe apenas salientar que as conversas com vizinhos e amigos é mais comum entre as pessoas com renda familiar entre R\$ 4.400 e R\$ 13.200 e menos comum entre as pessoas mais pobres (Tabela 8):

Tabela 8
Mídia e renda (%)

Sua sensação de insegurança e percepção de risco resulta principalmente	Perfil – Renda Familiar (R\$)				Total
	Até 1.760,00	Mais de 1.760 até 4.400	Mais de 4.400 até 13.200	Mais de 13.200	
Das notícias publicadas na mídia (TV, rádio e jornal)	34,5	34,5	22,3	8,6	100,0
Das matérias disponíveis na internet fora da mídia	31,2	35,5	22,4	10,9	100,0
Das conversas com amigos ou vizinhos	27,3	33,2	27,9	11,6	100,0
Da sua vivência na vizinhança	33,8	37,4	21,8	7,0	100,0

Fonte: PDV, 2017.

Os dados mostram que também não há diferenças significativas no perfil dos usuários das distintas fontes de informação em função da raça. Cabe salientar apenas que a vivência na vizinhança é a fonte de informação menos utilizada pelos brancos e, ao mesmo tempo, a mais utilizada pelos pretos e pardos (Tabela 9):

Tabela 9
Mídia e raça (%)

Sua sensação de insegurança e percepção de risco resulta principalmente	Perfil – Raça/Cor			Total
	Branca	Preta	Parda	
Das notícias publicadas na mídia (TV, rádio e jornal)	33,5	12,8	53,7	100,0
Das matérias disponíveis na internet fora da mídia	34,4	14,4	51,1	100,0
Das conversas com amigos ou vizinhos	33,9	12,3	53,8	100,0
Da sua vivência na vizinhança	28,3	15,8	55,9	100,0

Fonte: PDV, 2017.

No que diz respeito à educação, a população com ensino fundamental (completo ou não) é a que mais tem a mídia tradicional como fonte de informação sobre a segurança pública. Nesse grupo, 36,6% declararam ser impactadas pela televisão, rádio e jornal. Situação oposta daquela verificada entre as pessoas com curso superior (completo ou não). Para estas, as mídias sociais, envolvendo as matérias disponíveis na internet, e as conversas com amigos e vizinhos ganham um espaço significativo na construção do medo. Por fim, cabe salientar que a vivência na vizinhança está mais presente entre as pessoas com ensino médio (Tabela 10):

Tabela 10
Mídia e grau de instrução (%)

Sua sensação de insegurança e percepção de risco resulta principalmente	Perfil – Educação			Total
	Fundamental	Médio	Superior	
Das notícias publicadas na mídia (TV, rádio e jornal)	36,6	35,0	28,4	100,0
Das matérias disponíveis na internet fora da mídia	22,6	36,4	41,0	100,0
Das conversas com amigos ou vizinhos OU	25,4	33,9	40,7	100,0
Da sua vivência na vizinhança	29,1	37,3	33,7	100,0

Fonte: PDV, 2017.

Impacto da mídia sobre o medo

Encerramos este artigo trazendo os resultados de uma série de análises de regressão logística através das quais buscamos identificar o efetivo impacto da mídia tradicional (TV, rádio e jornal) e do perfil socioeconômico (gênero, idade, raça, renda familiar e grau de instrução) sobre o medo nas suas três dimensões (sensação de insegurança, percepção de risco e mudança de comportamento), tendo como variáveis de controle o fato de a pessoa ter sido vitimada pela criminalidade de forma geral ou pela criminalidade violenta de forma específica.

As análises dos erros padrões e níveis de significância trazidos pelas regressões logísticas nos levaram à seguinte situação: no contexto da (1) sensação de insegurança tivemos modelos estatisticamente significativos apenas para a sua explicação nas vias públicas do bairro onde a pessoa reside durante o dia e a noite, nas vias públicas dos outros bairros durante o dia e em casa sozinha. A análise da (2) percepção de risco trouxe modelos significativos para a sua explicação no contexto das agressões sexuais, homicídios e sequestros. A análise da (3) mudança de comportamento trouxe modelos de explicação apenas para evitar sair de casa à noite ou chegar muito tarde em casa, evitar frequentar lugares com grande concentração de pessoas e evitar frequentar lugares onde haja consumo de bebidas alcoólicas.

De forma geral, as análises evidenciaram que a mídia tradicional tem um impacto preventivo sobre o medo, pois as pessoas que não têm a mídia tradicional como principal fonte de informação são aquelas que têm mais medo. Identificamos também que a mídia

tradicional tem menor impacto sobre o medo do que a renda familiar, o gênero, a idade e o grau de instrução dos entrevistados, trazendo assim indícios de que o medo constitui essencialmente uma representação coletiva que é compartilhada pelos membros de alguns grupos sociais específicos, independentemente de eles terem tomado consciência dos problemas de segurança por meio da mídia tradicional.

O fator mais importante na determinação da sensação de insegurança é a renda familiar (pessoas com menor renda têm mais medo), da percepção de risco é o gênero (mulheres têm mais medo) e da mudança de comportamento é a idade (pessoas mais velhas têm mais medo). As pessoas que têm maior sensação de insegurança são justamente aquelas que vivenciam a violência na região onde residem, pois de modo geral a violência, especialmente a física, está mais concentrada nas regiões mais pobres da cidade. Confirmando os achados de pesquisas anteriores, as mulheres são aquelas que se sentem mais em risco de serem vitimadas por algum evento criminal e as pessoas mais velhas são justamente as pessoas que, devido à sua sensação de vulnerabilidade, mais mudam seu comportamento em função da violência e da criminalidade.

Resta ainda salientar que a vitimização de forma geral é mais impactante do que a vitimização por crimes violentos. No entanto, seguindo o padrão identificado para o impacto da mídia, também a vitimização criminal é menos importante do que o perfil socioeconômico da pessoa na determinação do medo, confirmando novamente o caráter do medo como representação coletiva compartilhada pelos membros de alguns grupos sociais específicos. Por fim, é importante destacar que a mídia é menos impactante do que a vitimização geral e mais impactante do que a vitimização por crimes violentos (Tabela 11):

Tabela 11
Fatores determinantes da sensação de insegurança

Fatores analisados	Categoria de referência	Vias públicas do bairro onde reside				Vias públicas de outros bairros de dia (3)		Casa sozinho (4)	
		Dia (1)		Noite (2)		Categoria mais medo	Exp (Beta)	Categoria mais medo	Exp (Beta)
		Categoria mais medo	Exp (Beta)	Categoria mais medo	Exp (Beta)				
Vítima de crimes de forma geral	Não vítima	Vítima	1,28	Vítima	1,46			Vítima	1,3
Vítima de crimes violentos	Não vítima	Vítima	1,23	Vítima	1,19 (0,012)	Vítima	1,23		
Idade	Até 24 anos	Maior de 59 anos	1,89	Maior de 59 anos	1,39	40 a 59 anos	1,88	Maior de 59 anos	1,33
Sexo	Masculino	Feminino	1,88	Feminino	1,83	Feminino	1,43	Feminino	2,41
Educação	Superior	Fundamental	1,49	Médio	1,33	Médio	1,49	Fundamental	1,96
Raça	Branco	Pardo	1,21			Pardo	1,25		
Renda familiar	Mais de R\$ 13.200	Menos de 1.760	2,58	R\$ 1.760 a R\$ 4.400	2,65	R\$ 1.760 A R\$ 4.400	2,09	Menos de 1.760	3,89
Mídia como fonte de informação	Sim	Não	1,57	Não	1,41			Não	1,28

Fonte: PDV, 2017.

Notas: 1. Nessas quatro análises de regressão logística, os valores de significância do modelo (Omnibus Tests) foram 0,000.
 2. O percentual de casos explicados pelo modelo sempre foi superior ao que seria explicado sem o modelo.
 3. O valor do Qui-quadrado no modelo 1 foi 1438,425, no modelo 2 foi 807,684, no modelo 3 foi 754,855 e no modelo 4 foi 1508,422.
 4. A maior parte dos valores de significância para o impacto dos fatores isolados foi 0,000. Entre parênteses foram apresentados os valores de significância quando não foram 0,000.
 5. Os espaços em branco encontrados na tabela correspondem às situações em que não existe significância estatística no impacto do fator determinante sobre o fenômeno explicado.
 6. Foram incluídos na análise os 19.579 casos que trouxeram respostas válidas para a questão relativa à fonte de informação sobre segurança pública, ou seja, foram retirados os casos que responderam "não sei".

Tabela 12
Fatores determinantes da percepção de risco de ser vitimado

Fatores analisados	Categoria de referência	Agressão sexual		Homicídio		Sequestro	
		Categoria mais medo	Exp (Beta)	Categoria mais medo	Exp (Beta)	Categoria mais medo	Exp (Beta)
Vítima de crimes de forma geral	Não	Sim	1,28	Sim	1,26	Sim	1,21
Vítima de crimes violentos	Não	Sim	1,23	Sim	1,13 (0,026)		
Idade	Maior 59 anos	Até 24 anos	1,68	40 a 59 anos	1,23	40 a 59 anos	1,14 (0,010)
Sexo	Masculino	Feminino	3,81	Feminino	1,28	Feminino	1,41
Educação	Fundamental	Superior	1,49	Médio	1,26	Superior	1,76
Raça	Branca	Parda	1,11 (0,020)	Negro	1,43		
Renda Familiar	Mais de R\$ 13.200	R\$ 1.760 a R\$ 4.400	1,41	R\$ 1.760 a R\$ 4.400	2,27	R\$ 4.400 a R\$ 13.200	1,21 (0,003)
Mídia como fonte de informação	Sim	Não	1,16	Não	1,22	Não	1,15

Fonte: PDV, 2017.

1. Nessas 3 análises de regressão logística, os valores de significância do modelo (Omnibus Tests) foram 0,000.
 2. O percentual de casos explicados pelo modelo sempre foi superior ao que seria explicado sem o modelo.
 3. O valor do Qui-quadrado no modelo 1 foi 1665,770, no modelo 2 foi 538,576 e no modelo 3 foi 653,223.
 4. A maior parte dos valores de significância para o impacto dos fatores isolados foi 0,000. Entre parênteses foram apresentados os valores de significância quando não foram 0,000.
 5. Os espaços em branco encontrados na tabela correspondem às situações em que não existe significância estatística no impacto do fator determinante sobre o fenômeno explicado.
 6. Foram incluídos na análise os 19.579 casos que trouxeram respostas válidas para a questão relativa à fonte de informação sobre segurança pública, ou seja, foram retirados os casos que responderam "não sei".

Tabela 13
Fatores determinantes da mudança de comportamento

Fatores analisados	Categoria de referência	Evita sair à noite ou chegar muito tarde em casa		Evita frequentar locais com grande concentração de pessoas		Evita frequentar locais onde haja consumo de bebidas alcoólicas	
		Categoria mais medo	Exp (Beta)	Categoria mais medo	Exp (Beta)	Categoria mais medo	Exp (Beta)
Vítima de crimes de forma geral	Não						
Vítima de crimes violentos	Não						
Idade	Até 24 anos	Mais de 59 anos	3,11	40 a 59 anos	3,77	Mais de 59 anos	4,53
Sexo	Masculino	Feminino	1,98	Feminino	1,26	Feminino	1,51
Educação	Superior	Fundamental	1,77	Fundamental	1,56	Fundamental	1,75
Raça	Branca	Parda	1,22	Parda	1,14	Parda	1,25
Renda Familiar	Mais de R\$ 13.200	Até R\$ 1.760	2,66	Até R\$ 1.760	1,63	Até R\$ 1.760	3,19
Mídia como fonte de informação	Sim					Não	1,15

Fonte: PDV, 2017.

1. Nessas 3 análises de regressão logística, os valores de significância do modelo (Omnibus Tests) foram 0,000.
2. O percentual de casos explicados pelo modelo sempre foi superior ao que seria explicado sem o modelo.
3. O valor do Qui-quadrado no modelo 1 foi 1456,30, no modelo 2 foi 1359,04 e no modelo 3 foi 1963,23.
4. A maior parte dos valores de significância para o impacto dos fatores isolados foi 0,000. Entre parênteses foram apresentados os valores de significância quando não foram 0,000.
5. Os espaços em branco encontrados na tabela correspondem às situações em que não existe significância estatística no impacto do fator determinante sobre o fenômeno explicado.
6. Foram incluídos na análise os 19.579 casos que trouxeram respostas válidas para a questão relativa à fonte de informação sobre segurança pública, ou seja, foram retirados os casos que responderam "não sei".

Conclusão

Conforme defendemos em nossa hipótese, o perfil da audiência não só interfere na relação entre mídia tradicional e medo, como é mais importante do que a mídia na construção do medo. Verificamos que as mulheres, as pessoas mais velhas e as pessoas mais pobres carregam representações sociais que lhes trazem medo, independentemente da sua experiência particular com eventos criminais e do fato de terem sido informadas pela mídia.

Também, conforme previsto, as distintas fontes de informação têm impactos diferenciados sobre a construção do medo. Por exemplo, identificamos que o medo está mais presente entre as pessoas que se informam por meio da vivência cotidiana na vizinhança do que entre aquelas que se informam pela mídia tradicional. Por outro lado, identificamos que entre as pessoas que vivem em realidades onde a criminalidade é mais baixa, envolvendo especialmente pessoas com maior renda e pessoas mais velhas, a mídia tradicional constitui a principal fonte de informação sobre a situação da segurança pública. Nesse contexto específico, ocorre o fenômeno de substituição discutido pela teoria abordada.

Em síntese, ou você reside em uma região que já lhe traz por si mesma o medo, fenômeno que atinge a maioria da população, ou você utiliza as mídias para construir seus parâmetros sobre a situação da segurança, fenômeno que se concentra entre os mais educados e mais endinheirados. O fenômeno da substituição, onde a mídia é responsável pela construção do medo, tem um espaço social específico para ocorrer, que não é o vivido pela maioria da população do Distrito Federal.

Referências bibliográficas

ADONI, H.; MANE, S. "Media and the social construction of reality". *Communication Research*, vol. 11, nº 3, p. 323-40, 1984.

BORGES, D. *O medo do crime na cidade do Rio de Janeiro: uma análise sob a perspectiva das crenças de perigo*. Curitiba: Appris, 2011.

BOURDIEU, P. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BOX, S.; HALE, C.; ANDREWS, G. "Explaining fear of crime". *British Journal of Criminology*, vol. 28, p. 340-356, 1988.

BUSSELLE, R. W.; GREENBERG, B. S. "The nature of television realism judgments: a reevaluation of their conceptualization and measurement". *Mass Communication and Society*, vol. 3, nº 2 e 3, p. 249-58, 2000.

CALDEIRA, T. P. R. *Cidade de muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo*. São Paulo: Editora 34/Edusp, 2000.

CALLANAN, V. J. "Media consumption, perceptions of crime risk and fear of crime: examining race/ethnic differences". *Sociological Perspectives*, vol. 55, p. 93-115, 2012.

CALLANAN, V. J.; ROSENBERGER, J. S. "Media, gender, and fear of crime". *Criminal Justice Review*, vol. 40, p. 322-339, 2015.

CAMINHAS, D. A. "Medo do crime: uma análise exploratória sobre suas causas em Minas Gerais 2009". Dissertação de Mestrado em Sociologia, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

CARDOSO, G. R.; SEIBEL E. L.; MONTEIRO, F. M. "Percepções sobre a sensação de segurança entre os brasileiros: investigação sobre condicionantes individuais". *Revista Brasileira de Segurança Pública*, vol. 7, nº 2, p. 144-161, 2013.

CECCATO, V.; BAMZAR, R. "Elderly victimization and fear of crime in public spaces". *International Criminal Justice Review*, vol. 26, nº 2, p. 115-133, 2016.

CHAMPAGNE, P. *La vision médiatique*. In: BOURDIEU, P. (org.). *La misère du monde*. Paris: Seuil, 1993.

CHIRICOS, T.; ESCHHOLZ, S. "The racial and ethnic typification of crime and the criminal typification of race and ethnicity in local television news". *Journal of Research in Crime and Delinquency*, vol. 39 nº 4, p. 400-20, 2002.

CHIRICOS, T.; ESCHHOLZ, S.; GERTZ, M. "Crime, news and fear of crime: toward an identification of audience effects". *Social Problems*, vol. 44, nº 3, p. 342-56, 1997.

CHIRICOS, T.; PADGETT, K.; GERTZ, M. "Fear, TV news, and the reality of crime". *Criminology*, vol. 38,

nº 3, p. 755-85, 2000.

COSTA, A. T. M.; DURANTE, M. O. "A polícia e o medo do crime no Distrito Federal". *Dados*, vol. 62, p. 1-31, 2019a.

_____. "Medo do crime e vitimização no Distrito Federal". *Revista Dilemas*, vol. 12, p. 239-265, 2019b.

DAHLGREN, P. "What's the meaning of this? Viewers' plural sense-making of TV news". *Media, Culture and Society*, vol. 10, nº 3, p. 285-301, 1988.

DOOB, A. N.; MACDONALD, G. "Television viewing and fear of victimization: is the relationship causal?" *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 37, nº 2, p. 170-79, 1979.

DOYLE, A. "How not to think about crime in the media". *Canadian Journal of Criminology and Criminal Justice*, vol. 26, nº 1, p. 39-57, 2006.

ESCHHOLZ, S.; CHIRICOS, T.; GERTZ, M. "Television and fear of crime: program types, audience traits, and the mediating effect of perceived neighborhood racial composition". *Social Problems*, vol. 50, nº 3, p. 395-415, 2003.

FERRARO, K. F. "Women's fear of victimization: shadow of sexual assault?". *Social Forces*, vol. 75, nº 2, p. 667-690, 1996.

GERBNER, G. "Toward 'cultural indicators': the analysis of mass mediated public message systems". *Communication Review*, vol. 17, p. 137-148, 1969.

_____. "Cultural indicators: the case of violence in television drama". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 388, nº 1, p. 69-81, 1970.

_____. "Cultivation analysis: an overview". *Mass Communication and Society*, vol. 1, p. 175-194, 1998.

GERBNER, G., et al. "The 'mainstreaming' of America: violence". *Journal of Communication*, vol. 30, nº 3, p. 10-29, 1980.

GILLIAM, F. D.; IYENGAR, S. "Prime suspects: the influence of local television news on the viewing public". *American Journal of Political Science*, vol. 44, nº 3, p. 560-73, 2000.

GRABE, M. E.; DREW, D. G. "Crime cultivation: comparisons across media genres and channels". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 51, nº 1, p. 147-71, 2007.

GRAY, E.; JACKSON, J.; FARRALL, S. "Reassessing the fear of crime". *European Journal of Criminology*, vol. 5, nº 3, p. 363-380, 2008.

GUNTER, B. *Television and the fear of crime*. Luton: University of Luton Press, 1987.

HALE, C. "Fear of crime: a review of the literature". *International Review of Victimology*, vol. 4, p. 79-150, 1996.

HENSON, B.; REYNS, B. "The only thing we have to fear is fear itself... and crime: the current state of the fear of crime literature and where it should go next". *Sociology Compass*, vol. 9, nº 2, p. 91-103, 2015.

HIRSCH, P. M. "The 'scary world' of the nonviewer and other anomalies: a reanalysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis". *Communications Research*, vol. 7, nº 4, p. 403-56, 1980.

_____. "On not learning from one's own mistakes: a reanalysis of Gerbner et al.'s findings on

cultivation analysis". *Communications Research*, vol. 8, nº 1, p. 3-37, 1981.

IYENGAR, S. *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press, 1991.

KORT-BUTLER, L. A.; HARTSHORN, K. J. S. "Watching the detectives: crime programming, fear of crime, and attitudes about the criminal justice system". *Sociological Quarterly*, vol. 52, p. 36-55, 2011.

LANE, J.; MEERKER, J. "Ethnicity, information sources and fear of crime". *Deviant Behavior*, vol. 24, nº 1, p. 1-26, 2003.

LIVINGSTONE, S.; ALLEN, J.; REINER, R. "Audiences for crime media 1946-1991: a historical approach to reception studies". *The Communication Review*, vol. 4, nº 2, p. 165-92, 2001.

MACHADO, L. Z.; BORGES, A.; MOURA, C. P. *A cidade e o medo*. São Paulo: Francis, 2014.

MORGAN, M.; SHANAHAN, J. "The state of cultivation". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 54, nº 2, p. 337-55, 2010.

ÖZASCILAR, M. "Predicting fear of crime: a test of the shadow of sexual assault hypothesis". *International Review of Criminology*, vol. 19, nº 3, p. 269-284, 2013.

PORTO, M. S. G. "Mídia, segurança pública e representações sociais". *Tempo Social*, vol. 21, p. 211-233, 2009.

REINER, R. Media made criminality: the representation of crime in the mass media. In: MAGUIRE, M. (ed.). *The Oxford handbook of criminology*. Oxford: Oxford University Press, 2007.

RODRIGUES, C. D.; OLIVEIRA, V. C. "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*, vol. 20, nº 2, 2012.

ROMER, D.; JAMIESON, K. H.; ADAY, S. "Television news and the cultivation of fear of crime". *Journal of Communication*, vol. 53, nº 1, p. 88-104, 2003.

SILVA, B. F. A. D.; BEATO FILHO, C. C. "Ecologia social do medo: avaliando a associação entre contexto de bairro e medo de crime". *Revista Brasileira de Estudos de População*, vol. 30, p. S155-S170, 2013.

SURETTE, R. "Public information officers: the civilianization of a criminal justice profession". *Journal of Criminal Justice*, vol. 29, nº 2, p. 107-117, 2001.

_____. *Media, crime, and criminal justice: images and reality*. Belmont: Wadsworth Publishing Company, 2007.

TSELONI, A.; ZARAFONITOU, C. "Fear of crime and victimization: a multivariate multilevel analysis of competing measurements". *European Journal of Criminology*, vol. 5, nº 4, p. 387-409, 2008.

WARR, M. "Fear of victimization: why are women and the elderly more afraid?". *Social Science Quarterly*, vol. 65, nº 3, p. 681-702, 1984.

WEAVER, J.; WAKSHLAG, J. "Perceived vulnerability to crime, criminal victimization experience, and television viewing". *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol. 30, nº 2, p. 141-58, 1986.

WEITZER, R.; KUBRIN, C. E. "Breaking news: how local tv news and real-world conditions affect fear of crime". *Justice Quarterly*, vol. 21, nº 3, p. 497-519, 2004.

Abstract*The media and the fear of crime in the Brazilian Federal District*

The purpose of this article is to examine the influence of the media on perceptions of fear of crime among residents of the Brazilian Federal District. The study explores the influence of audience characteristics on the relationship between the media and fear of crime. We also analyzed the impact of different types of media (television, newspapers, and social media) on fear of crime. Research shows that the media's influence on fear of crime depends on the type of media, due to the differences in content and the characteristics of the audience.

Keywords: fear of crime; media; risk perception; Federal District; Brazil

Resumen*Los medios y el miedo al crimen en el Distrito Federal en Brasil*

El objetivo de este artículo es examinar la influencia de los medios de comunicación en las percepciones de miedo al crimen entre los residentes del Distrito Federal de Brasil. El estudio explora la influencia de las características de la audiencia en la relación entre los medios y el miedo al crimen. También analizamos el impacto de diferentes tipos de medios (televisión, periódicos y redes sociales) sobre el miedo al crimen. Las investigaciones muestran que la influencia de los medios sobre el miedo al crimen depende del tipo de medio, debido a las diferencias en su contenido y las características de la audiencia.

Palabras clave: miedo al crimen; media; percepción del riesgo; Distrito Federal; Brasil

Résumé*Les médias et la peur du crime dans le District Fédéral au Brésil*

Le but de cet article est d'examiner l'influence des médias sur les perceptions de la peur du crime chez les résidents du District Fédéral brésilien. L'étude explore l'influence des caractéristiques du public sur la relation entre les médias et la peur du crime. Nous avons également analysé l'impact de différents types de médias (télévision, journaux et médias sociaux) sur la peur du crime. La recherche montre que l'influence des médias sur la peur du crime dépend du type de média, en raison des différences de contenu et des caractéristiques de l'audience.

Mots-clés: peur du crime; médias; perception du risque; District Fédéral; Brésil

Artigo submetido à publicação em 7 de julho de 2020.

Versão final aprovada em 8 de fevereiro de 2022.

Opinião Pública adota a licença Creative Commons CC-BY.

