

A TRANSPARÊNCIA DAS ATIVIDADES POLICIAIS E SEU BENEFÍCIO PARA A IMAGEM DA POLÍCIA MILITAR EM ÁGUAS LINDAS DE GOIÁS

THE TRANSPARENCY OF POLICE ACTIVITIES AND THEIR BENEFIT TO THE IMAGE OF THE MILITARY POLICE IN ÁGUAS LINDAS DE GOIÁS CITY

SANTOS, Alexandre Matheus Rodrigues¹
OLIVEIRA, Marcelo Ribeiro de²

RESUMO

O presente trabalho levantou informações acerca do benefício que a transparência e a publicidade das atividades policiais podem trazer à Polícia Militar no município de Águas Lindas de Goiás. Para a realização deste trabalho, foram realizadas diversas pesquisas bibliográficas sobre o tema, bem como sobre quais os conceitos de transparência e publicidade e como esses conceitos incidem na atividade policial afim de melhorar a imagem da instituição. Foi constatado, mediante essas pesquisas, que a atividade policial é de suma importância para a garantia da lei e da ordem na sociedade, porém, o cidadão tem, por vezes, uma má impressão da Polícia Militar por não compreender realmente a necessidade do seu trabalho repressivo e por não conhecer as diversas outras formas em que a PM atua de maneira preventiva e solidária para garantir o bem-estar de todos. Com base nessas reflexões, chega-se à conclusão que é importantíssimo que a Polícia Militar mantenha um contato mais próximo com a população, apresentando periodicamente dados sobre sua atuação para que a sociedade possa conhecer todas as vertentes em que a PM trabalha em seu município e, conseqüentemente, possa proporcionar uma sensação de mais segurança e cumplicidade com o cidadão.

Palavras-chave: Transparência. Publicidade. Imagem Institucional. Polícia Cidadã.

ABSTRACT

This study brought together information about the benefits that transparency and publicity of police activities can bring to the Military Police (PM) in the municipality of Águas Lindas de Goiás. There were made several bibliographical researches on the subject to show how the transparency and publicity concepts may affect the police activity in order to improve the institution's image. It was found through these surveys that police activity is extremely important to the guarantee of law and order in society, but the citizens have sometimes a bad impression of the Military Police because they don't really understand the necessity of its repressive work. They also don't know the various other ways in which the PM acts in a preventive and solidarity mode to guarantee the well-being of all. Based on these reflections, it is concluded that it is very important for the Military Police to keep a closer contact with the population, periodically presenting data about their actions so that society can know all the aspects about PM's work in their municipality and consequently can provide a sense of security and complicity with the citizen

Keywords: Transparency. Publicity. Institutional Image. Citizen Police.

¹ Aluno do Curso de formação de Praça do Comando da Academia da Polícia Militar de Goiás - CAPM, a.santoos10@gmail.com; 17º CRPM - Águas Lindas de Goiás.

² Professor orientador: Bacharel em Engenharia Mecânica pela UEG, Cabo da Polícia Militar de Goiás e Instrutor de Metodologia Científica do Curso de Formação de praças da Academia da Polícia Militar de Goiás - CAPM.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, a busca pela informação está cada vez mais presente nas relações sociais, onde os indivíduos estão sempre conectados com os meios de comunicação por meio do rápido avanço da tecnologia. Essa facilidade de obter dados, notícias, entretenimento e até mesmo acompanhar o cenário político e suas atuações torna a transparência pública uma necessidade em nível global, onde os cidadãos se interessam mais por uma resposta governamental e têm mecanismos de cobrança para que sua atuação seja cada vez mais eficiente e clara.

A Administração pública já tinha o dever de prestar contas das suas atividades ao cidadão por força do que preconiza o princípio da publicidade, previsto na Constituição Federal de 1988, porém, com o decorrer dos anos, o Estado brasileiro sentiu a necessidade de estimular ainda mais essas ações de transparência editando leis que fomentassem esse tipo de atitude. Cada vez mais percebe-se a atuação das assessorias de comunicação social dos órgãos públicos trabalhando para dar a maior publicidade em suas atividades e consequentemente atuando no fortalecimento do marketing institucional visando garantir uma boa imagem nas organizações públicas, que, em se tratando de Polícia Militar, tem por consequência uma melhora significativa da reputação e causa uma maior sensação de segurança a todos.

Com o acelerado avanço da internet, com a rapidez que a informação percorre nas palmas das mãos dos cidadãos, o fácil acesso às mídias tornam a comunicação institucional uma ferramenta de suma importância para a interação como o público interessado na segurança pública, interesse não só baseado na intervenção física da polícia nos direitos individuais e sociais do indivíduo, mas a necessidade em saber o porquê das atuações, qual finalidade tem as inúmeras abordagens e cerceamento dos direitos de ir e vir, uma vez que é evidente a importância da atuação policial para o controle e manutenção da ordem pública e a prevenção de infrações penais, mas uma maior interatividade entre Estado e sociedade em relação à transparência da atuação policial pode contribuir com uma imagem mais adequada e positiva.

A Polícia Militar de Goiás tem criado alguns mecanismos de exposição do trabalho policial, como por exemplo perfis em redes sociais, que permitem estreitar esses laços de confiabilidade com a sociedade, tentando identificar, além das causas das principais incidências de crimes nos municípios, qual o nível de confiança a

sociedade tem para com a instituição. Esse resgate da relação de confiança bilateral contribui para minimizar a imagem negativa que a Polícia Militar tem diante dos cidadãos, objetivo central deste artigo, e, portanto, avalia os anseios da sociedade tornando uma polícia mais profissional com foco na resolução dos problemas diante do resultado dessa troca de informações entre Estado e cidadão.

O presente trabalho busca fomentar, por meio de análise de estudos anteriores, a busca por uma maior interação e transparência das ações e atividades policiais disponibilizadas via internet para a sociedade de Águas Lindas de Goiás e quais impactos positivos podem ser obtidos por meio dessa interação, uma vez que as formas de comunicação com a sociedade estão centralizadas em Goiânia, capital do Estado de Goiás, sendo necessária uma maior aproximação da polícia local com seu município, estabelecendo canais, via internet por exemplo, onde estejam disponíveis periodicamente os números relativos à atuação policial naquela localidade.

Essa disponibilização de informações locais mostrando, por exemplo, em plataforma digital via página de internet, dados sobre números de apreensões, prisões, abordagens por setor, recuperação de veículo, furtos e roubos, entre outras informações servem, além de alertar a comunidade dos locais com maior mancha criminal, como prestação de contas à sociedade, haja vista que diante desse cenário de anseios de informação e construção de ideias do indivíduo mais globalizado, essa transparência pode, enfim, fomentar uma maior confiabilidade por parte dos cidadãos em se tratando da imagem policial que, em determinadas ocasiões, tem uma aparência mais truculenta e repressora.

A metodologia usada para a formulação deste artigo foi de natureza exploratória com fontes secundárias, obtidas por meio da revisão bibliográfica, onde foram realizadas várias leituras de artigos e texto que apresentavam a discussão sobre imagem corporativa e publicidade em âmbito organizacional a fim de se obter um aprofundamento nas discussões relacionadas ao tema deste artigo. Os resultados apresentados nos estudos passados, fontes deste trabalho, fomentaram o estudo qualitativo acerca da importância da publicidade de um órgão público ou empresa e também como fortalecer a imagem organizacional e principalmente como aproximar e garantir uma melhor confiabilidade com o público interessado.

2 REVISÃO DE LITERATURA

A transparência no setor público é um tema bastante relevante na atualidade, pois isso contribui para uma maior participação e controle social, o que visa uma maior interação e resposta aos anseios da sociedade. A transparência, seja de gastos ou de atividades do setor público, visa dar uma resposta positiva ao cidadão e garantir a credibilidade diante de cenário tão desfavorável que vive os governos em todas as esferas.

O princípio da publicidade está prescrito na Constituição Federal de 1988, o qual garante o direito ao cidadão do amplo acesso aos assuntos de seu interesse, como podemos observar no Artigo 5º, XXXII:

Todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado; (CF/88, Artigo 5º, XXXII)

A transparência pública consiste em apresentar todos os dados sobre gestão e atividades dos órgãos públicos de maneira eficiente, clara e de fácil acesso a todos. O Ministério da Transparência e Controladoria-Geral da União (CGU), enfatiza a importância do estímulo à transparência pública e que essa ação é um dos objetivos essenciais da moderna Administração Pública. Destaca ainda que a ampliação da divulgação das ações governamentais a milhões de brasileiros, além de contribuir para o fortalecimento da democracia, prestigia e desenvolve as noções de cidadania.

O Ministério da Transparência e Controladoria-Geral da União (CGU) acredita que a transparência é o melhor antídoto contra corrupção, dado que ela é mais um mecanismo indutor de que os gestores públicos ajam com responsabilidade.

Uma gestão pública transparente permite à sociedade, com informações, colaborar no controle das ações de seus governantes, com intuito de checar se os recursos públicos estão sendo usados como deveriam. Saiba mais sobre as ações e programas da CGU nessa área. (<http://www.cgu.gov.br/assuntos/transparencia-publica>)

Em novembro de 2011, a Lei 12.527 (Lei de Acesso à Informação) regulamentou o acesso à informação governamental previsto na constituição, e estabelece as diretrizes a serem seguidas para a garantia desse direito fundamental:

Art. 3º Os procedimentos previstos nesta Lei destinam-se a assegurar o direito fundamental de acesso à informação e devem ser executados em conformidade com os princípios básicos da administração pública e com as seguintes diretrizes:

I - observância da publicidade como preceito geral e do sigilo como exceção;

II - divulgação de informações de interesse público, independentemente de solicitações;

III - utilização de meios de comunicação viabilizados pela tecnologia da informação;

IV - fomento ao desenvolvimento da cultura de transparência na administração pública;

V - desenvolvimento do controle social da administração pública. (Lei 12.527 de 18 de novembro de 2011)

A lei garante que é dever do Estado garantir o direito de acesso à informação, que será franqueada, mediante procedimentos objetivos e ágeis, de forma transparente, clara e em linguagem de fácil compreensão. Além disso, estabelece, para fins de esclarecimento, algumas definições para interesse público:

Art. 4º Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I - informação: dados, processados ou não, que podem ser utilizados para produção e transmissão de conhecimento, contidos em qualquer meio, suporte ou formato;

II - documento: unidade de registro de informações, qualquer que seja o suporte ou formato;

III - informação sigilosa: aquela submetida temporariamente à restrição de acesso público em razão de sua imprescindibilidade para a segurança da sociedade e do Estado;

IV - informação pessoal: aquela relacionada à pessoa natural identificada ou identificável;

V - tratamento da informação: conjunto de ações referentes à produção, recepção, classificação, utilização, acesso, reprodução, transporte, transmissão, distribuição, arquivamento, armazenamento, eliminação, avaliação, destinação ou controle da informação;

VI - disponibilidade: qualidade da informação que pode ser conhecida e utilizada por indivíduos, equipamentos ou sistemas autorizados;

VII - autenticidade: qualidade da informação que tenha sido produzida, expedida, recebida ou modificada por determinado indivíduo, equipamento ou sistema;

VIII - integridade: qualidade da informação não modificada, inclusive quanto à origem, trânsito e destino;

IX - primariedade: qualidade da informação coletada na fonte, com o máximo de detalhamento possível, sem modificações. (Lei 12.527 de 18 de novembro de 2011)

Para garantir a transparência referida acima e garantir o controle social previsto pela constituição federal, é necessário dar amplo acesso às informações de interesse público por meio da publicidade. Segundo Silva (1976 apud BRANDÃO, p. 50-51), publicidade é um grande meio de comunicação de massa capaz de atuar simultaneamente em diversas classes socioeconômicas, em diferentes lugares atingindo milhares de receptores espalhados em vastas áreas geográficas.

O significado da palavra publicidade, descrito no dicionário da língua portuguesa nos esclarece sua relação com a transparência com a coisa pública:

Difusão de um texto que, feita por um veículo de comunicação, como: jornal, revista, televisão ou rádio, busca influenciar alguém a comprar um produto; propaganda. Ação de tornar algo ou alguém conhecido publicamente, buscando a aceitação do público: publicidade política; publicidade artística. Qualidade do que é público. (SILVA,1976 apud BRANDÃO, 2006, p. 53)

Percebe-se, por tanto que a publicidade e transparência das atividades e gestão governamental podem contribuir com uma melhor imagem do serviço público, e por consequência, da imagem do trabalho policial.

Segundo Valéria Magalhães Barbosa (2010, p.11), é muito importante que a empresa mantenha uma boa comunicação com os diversos setores de sua atuação, tanto com o público interno (os integrantes da empresa) quanto o público externo (consumidor final), pois isso contribui cada vez mais com uma boa imagem institucional cominando numa maior fidelização em todos as partes.

Para construir a imagem institucional, a empresa precisa manter uma comunicação eficaz em todas as suas áreas, tanto dentro quanto fora da organização. Uma boa Comunicação Empresarial é condição essencial para construção de uma imagem consistente perante os públicos de interesse. (BARBOSA, 2010, p.11)

O principal interessado na no trabalho realizado pela Polícia Militar é a sociedade, é a ela que de devemos dar a resposta no que se refere à segurança pública. Para Victor Dragalzew Junior e Walter Azeredo Veríssimo (2003, p. 4), o foco no cidadão é primordial para a atuação policial:

A Polícia Militar do Estado de Goiás tem 149 anos de existência e, desta forma, urge operacionalizar instrumentos que proporcionem a qualidade no serviço prestado à comunidade, pois a Administração Pública, sob o modelo gerencial, está caminhando para a modernização, consequentemente, se

deslocando para um perfil gerencial focado no cidadão. Ao priorizar o cidadão, a Polícia Militar instituiu uma ferramenta voltada para a geração de resultados, no intuito de desenvolver ações procurando se aproximar cada vez mais do cidadão que, a partir da Constituição Federal de 1988, obteve conquistas de direitos sociais mais amplos, estando mais exigente diante do tratamento que recebe do poder público. (JUNIOR & VERÍSSIMO, 2003, p.4)

A imagem do trabalho policial é bastante desgastada e negativa perante a sociedade, uma vez que a população não entende a necessidade do uso da força para controlar os distúrbios encontrados no que diz respeito à ordem pública. É importante que a sociedade saiba qual a finalidade da atividade policial para entender seu funcionamento. Para Egon Bitner (2005, p. 40) "A polícia nada mais é que um mecanismo de distribuição, na sociedade, de uma força justificada por uma situação".

Ainda Segundo Egon Bitner (2005, p. 55), apesar dos certos avanços em relação às atividades policiais, a polícia hoje continua a projetar uma imagem tão ruim como a que tinha no passado, uma vez que as vozes críticas parecem ter aumentado, onde acadêmicos e alguns juízes altamente posicionados têm-se juntado aos críticos tradicionais.

Para Egon Bitner (2005, p. 60), a sociedade tem uma má impressão da atividade policial por ela ser um mal para combater o mal:

Em suma, a mancha que adere ao trabalho da polícia está relacionada ao fato de os policiais serem vistos como fogo para combater o fogo, porque, no curso natural de seus deveres, os policiais infligem ferimentos, mesmo merecidos, e sua própria existência atesta que as aspirações mais nobres da espécie humana não contêm os meios necessários para assegurar sua sobrevivência. Mas, mesmo que seja aceita a necessidade de existência da polícia, aqueles que a aceitam parecem preferir não fazer parte de sua ação, e lhes dá um prazer perverso olhar com o maior desprezo para a ela, por assumir a responsabilidade de fazer esse trabalho. (BITNER, 2005, p. 60).

Um dos principais objetivos da polícia na modernidade é melhorar essa imagem perante a sociedade e atender o clamor público em relação à segurança, é o que destacam João Antônio da Costa Fernandes e Júlio Cezar Costa (2012, p.17).

Melhorar a imagem de nossas instituições de Segurança Pública é vital, mas não soluciona a complexidade para o controle da violência criminalizada, já que é incontestável o clamor público por mais segurança. O crime, cujas condicionantes são, sobretudo, estruturais, exige soluções que ultrapassem a capacidade dos órgãos de Segurança Pública, principalmente quando esses não pautam suas ações operacionais pela solidariedade e interação com as comunidades. (FERNANDES & COSTA, 2012, p.17).

3 RESULTADO E DISCUSSÃO

Observa-se que a transparência é muito importante para qualquer esfera do serviço público, pois a própria Constituição Federal garante que essa atuação deve ser feita por qualquer um de seus órgãos, seja da administração direta ou indireta. É interessante que sejam disponibilizados todos os atos do serviço público, atos de gestão, finanças e execução, ressalvados os atos que merecem sigilo para garantir a segurança nacional, uma vez que a publicidade desses atos garante, além da confiabilidade da sociedade, a preservação do estado democrático de direito que garante a todos a participação e uma resposta de como o serviço público está sendo empregado na sociedade.

Podemos identificar cada vez mais o avanço da disponibilização de informações governamentais à sociedade brasileira e estrangeiras. Após a Lei de acesso à informação entrar em vigor, o Estado brasileiro tem tentado cada vez mais mostrar o bom trabalho de suas instituições públicas internamente e internacionalmente, contribuindo para o crescimento do país por meio do reconhecimento nacional e internacional do Brasil com um dos países mais eficientes e transparentes em relação à administração do Estado.

Como vimos no estudo de Silva (1976, p.64), a publicidade é um grande meio de comunicação de massa capaz de atuar simultaneamente em diversas classes da sociedade e em diversos lugares, atingindo milhares de pessoas. Isso significa que a publicidade é uma ferramenta muito poderosa para uma comunicação eficiente com o público interessado no assunto transmitido, direcionando a mensagem de acordo com o objetivo do emissor a um grande número de pessoas.

Essa publicidade pode ter a finalidade de somente divulgar algo como também ter a estratégia de convencimento de alguma ação ou ideia que queremos disseminar na mente do receptor. A publicidade para a Polícia Militar do Estado de Goiás deve ter como finalidade mostrar ao cidadão o duro trabalho desta força policial na preservação da ordem pública, uma vez que o cidadão comum, por desconhecimento, não entende o serviço da PM, não percebendo que sua atuação é muito mais cidadã que repressora e que sua presença firme e repressiva às vezes se torna necessária em determinadas localidades e ocasiões de acordo com a demanda de cada área.

É importante que a Polícia Militar possa garantir uma boa imagem institucional, assim como as empresas privadas buscam o respeito e a admiração de seus clientes. De acordo com o que vimos no estudo de Valéria Magalhaes Barbosa (2010, p.11), para que a empresa construa uma boa imagem institucional, ela deve manter uma comunicação eficaz em todas as áreas de atuação ao público de interesse. Essa imagem consistente em criar uma admiração na sociedade fazendo com que ela se aproxime da instituição, contribuindo, assim, com a diminuição dos índices de criminalidade.

A tarefa de projetar uma boa imagem da polícia à sociedade não é tão fácil, segundo Egon Bitner. O autor afirma que apesar de certos avanços em relação às atividades policiais, a sociedade ainda tem uma má impressão da atuação da polícia, tendo em vista que sua atuação é um mal para combater o mal. Essa afirmativa tem um fundamento válido, porém distorcido da realidade. Por vezes a sociedade só vê atuação da polícia por meio de confrontos noticiados pela imprensa, onde o uso da força foi realmente necessário para combater uma injusta agressão. Essa imagem negativa que a imprensa, expõe da instituição não condiz com a realidade da atuação policial.

A atuação policial não se limita aos confrontos diretos com infratores da lei, pois o papel da polícia militar vai além do previsto na Constituição Federal, que prevê que Cabe a PM o policiamento ostensivo e a preservação da ordem pública. A Polícia Militar está presente em todas as áreas da sociedade, desde um atendimento um cidadão com transtornos emocionais prestes a cometer um suicídio ou promoção de ações que visam a prevenção de uso de drogas por crianças até no combate incansável dos crimes dolosos contra a vida.

Com isso, um dos principais desafios da polícia militar na atualidade é melhorar sua imagem perante a sociedade. Corroborando a ideia de João Antônio da Costa Fernandes e Júlio Cezar Costa (2012, p.17), melhorar a imagem das instituições de segurança brasileiras é de suma importância, visto que é visível o clamor público por mais segurança, pois o combate ao crime se torna ainda mais difícil quando as ações policiais não são pautadas pela solidariedade e interação com as comunidades.

Trazer a sociedade para perto da polícia militar é uma necessidade urgente em todos os estados da federação. A realidade de Águas Lindas de Goiás não está diferente de outras localidades onde o crime assusta a comunidade. Por isso, essa

interação entre Estado e cidadão, por meio de iniciativas de publicidade das atuações diárias da PM, seja por meio de disponibilização de dados pela internet ou pelo corpo a corpo como vemos no policiamento comunitário, contribuem significativamente para uma maior confiança da sociedade, estimulando a aproximação e confiança na polícia, cujo papel é garantir a segurança do cidadão de bem em qualquer situação, não se limitando ao cerceamento do direito de ir e vir, que também é necessário, mas garantir a ordem pública e manter a sensação de paz e liberdade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou identificar a importância que a transparência tem na prestação dos serviços públicos na sociedade brasileira. Um Estado que garante o direito da publicidade à sociedade, onde o cidadão se sente parte da engrenagem estatal percebendo como os órgãos públicos trabalham e quais são os números e resultados obtidos na sua atuação diária. Esse compromisso de dar satisfação ao contribuinte estreita os laços de confiança, trazendo a sociedade para próximo da polícia, mitigando aquela imagem negativa que a sociedade possa ter em relação à atividade policial.

Com o avanço da tecnologia no cenário mundial, torna-se cada vez mais fácil e eficiente essa comunicação bilateral, onde a atuação do estado é apresentada de forma clara e objetiva, com o intuito de prestar contas e mostrar que o Estado está trabalhando para a sociedade, melhorando assim sua imagem institucional. Por outro lado, o cidadão sente uma maior confiança ao saber que os órgãos públicos estão prestando contas de seu trabalho, isso faz com que o cidadão tenha mais confiança e possa contribuir com as ações estatais, mostrando-se proativa na busca de uma sociedade melhor. Essa interação é muito saudável para todos, pois com a sociedade mais próxima, o estado identifica melhor os anseios da população e pode direcionar seus esforços para o que realmente a sociedade precisa.

É importantíssimo que a Polícia Militar melhore cada vez mais a sua imagem perante a sociedade, pois ultimamente os noticiários só divulgam os confrontos em que a PM utilizou a força de forma extrema, o que acaba distorcendo a realidade da atuação policial que atua, primordialmente, na prevenção dos crimes e

na garantia da ordem. Na iniciativa privada, a publicidade e propaganda são elementos essenciais para a manutenção da confiabilidade dos clientes, fazendo com que eles tenham um sentimento de necessidade e amor àquela marca. Esse sentimento garante uma fidelidade com os clientes isso não deve ser diferente no setor público.

Por fim, conclui-se que a divulgação de dados sobre as atividades policiais no município de Águas Lindas de Goiás é muito importante para a imagem da PM neste município. Números como quantitativo de abordagem, número de apreensões, ações solidárias para prevenção primária de drogas e violência, dentre outras ações que a PM promove devem ser disponibilizadas por meio amplo, como em páginas de internet para que qualquer cidadão tenha acesso e possa conhecer, de forma ampla, o trabalho policial, que sem dúvidas, ao contrário do que possa parecer, A PM busca agir de forma preventiva e solidária para a preservação da ordem pública e a garantia do direito de ir e vir dos cidadãos com segurança e harmonia.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Valéria Magalhães. **Blog corporativo: uma ferramenta para fortalecer a imagem Institucional.** (Monografia) Universidade de Taubaté São Paulo. 2010.

BITNER, Egon. **Aspectos do Trabalho Policial.** EdUSP. São Paulo. 2005. p. 40-60.

BRANDÃO, Eduardo. **Definições de Marketing, Propaganda, Publicidade, Anúncios e Banner.** Monografia PUC-RIO, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2006.

BRASIL, **Constituição Federal de 1988**, Título II dos Direitos e Garantias Fundamentais, Capítulo I dos Direitos e Deveres Individuais e Coletivos, Artigo 5º, Inciso XXXII.

BRASIL, Lei nº 12.527 de 18 de novembro de 2011, **Lei de Acesso à Informação**, Artigo 3º e 4º.

FERNANDES, João Antônio da Consta; COSTA, Júlio Cezar. **Segurança Pública – Convergência, Interconexão e Interatividade Social**. Vitória, Espírito Santo. 2012. p. 17.

JUNIOR, Victor Dragalzew; VERÍSSIMO, Walter Azeredo. **Procedimento Operacional Padrão (Pop): uma Ferramenta para a qualidade na prestação de serviço na Polícia Militar de Goiás**. (Artigo) Academia de Polícia Militar de Goiás. Goiânia-GO, 2007.

MINISTÉRIO DA TRANSPARÊNCIA E CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO. **Transparência Pública**, disponível em <www.cgu.gov.br/assuntos/transparencia-publica>. Acesso em: 20 de mai. 2018.