



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



**CAMILLA SILVA RAMALHO**

**AS REDES SOCIAIS E A IMPRENSA COMO ALIADAS NA CRIAÇÃO DO  
VÍNCULO ENTRE A SOCIEDADE E SEGURANÇA**

**GOIÂNIA-GO**

**2025**

CAMILLA SILVA RAMALHO

**AS REDES SOCIAIS E A IMPRENSA COMO ALIADAS NA CRIAÇÃO DO  
VÍNCULO ENTRE A SOCIEDADE E SEGURANÇA**

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 do Prof. Esp. Márcio Antônio de Paula.

GOIÂNIA-GO

2025

# AS REDES SOCIAIS E A IMPRENSA COMO ALIADAS NA CRIAÇÃO DO VÍNCULO ENTRE A SOCIEDADE E SEGURANÇA

## HOW SOCIAL MEDIA AND THE PRESS CAN BE ALLIES IN BUILDING THE BOND BETWEEN SOCIETY AND PUBLIC SECURITY

Camilla Silva Ramalho<sup>1</sup>  
Márcio Antônio de Paula<sup>2</sup>

### Resumo

O presente trabalho analisa de que maneira a Polícia Militar de Goiás pode utilizar as redes sociais e a imprensa para o fortalecimento do vínculo de confiança com a sociedade, uma vez que em um cenário onde há transformações constantes na comunicação social, a integração entre esses dois canais se torna uma necessidade estratégica para a construção de uma imagem institucional positiva e para a efetividade das políticas de segurança pública. A pesquisa, cuja natureza é qualitativa e exploratória-descritiva, seguiu o método indutivo e utilizou como base bibliográfica e documental publicações da PMGO em redes sociais, matérias jornalísticas locais e documentos institucionais, analisados por meio da Análise de Conteúdo para compreender padrões, desafios e oportunidades na comunicação da corporação. Conclui-se que, apesar dos avanços na presença digital e no relacionamento com a imprensa, ainda existem lacunas na integração comunicacional da Polícia Militar de Goiás, sendo essencial a adoção de estratégias planejadas, protocolos de crise e profissionalização das equipes para consolidar uma comunicação integrada, transparente e eficaz, capaz de fortalecer o vínculo de confiança com a sociedade.

**Palavras-chave:** Comunicação Institucional; Redes Sociais; Imprensa; Segurança Pública; Polícia Militar de Goiás.

### Abstract

This study aims to analyze how the Military Police of Goiás can use social media and the press in an integrated and strategic way to strengthen the trust bond with society. In a scenario of constant transformation in social communication, integrating these two communication channels becomes a strategic necessity for building a positive institutional image and for the effectiveness of public security policies. This is a qualitative research with an exploratory-descriptive character, adopting the inductive method and using bibliographic and documentary research as technical procedures. The data sources included posts from the official social media accounts of the Goiás Military Police, journalistic reports from local media outlets, and institutional documents. Data analysis was conducted using Content Analysis techniques, aiming to identify patterns, challenges, and opportunities in the institutional communication of the Goiás Military Police. It was concluded that, despite advances in digital presence and press relations, there are still gaps in the communication integration of the Military Police of Goiás. It is therefore essential to adopt planned strategies, crisis response protocols, and professionalization of communication teams to consolidate an integrated, transparent, and effective communication, capable of strengthening society's trust in the institution.

---

<sup>1</sup> Aluna do Curso de Formação de Praças – 2ª Turma/2025, Especialização em Polícia e Segurança Pública do Comando da Academia de Polícia Militar de Goiás. Email: [camillasilvaramalho@gmail.com](mailto:camillasilvaramalho@gmail.com). Telefone: (63)99101-7123.

<sup>2</sup> Orientador. Professor da Especialização em Polícia e Segurança Pública do Comando da Academia de Polícia Militar. Graduado em Educação Física e Especialista em Fisiologia do Exercício. Email: [márcio.paula78@gmail.com](mailto:márcio.paula78@gmail.com). Telefone: (62)98313-8355.

**Keywords:** Institutional Communication; Social Media; Press; Public Security; Military Police of Goiás.

## 1 INTRODUÇÃO

No cenário atual que se dá pelo avanço tecnológico e pela multiplicidade dos canais de comunicação, o relacionamento entre as instituições policiais e a sociedade vem passando por uma grande transformação, com as redes sociais e a imprensa sendo protagonistas no processo construtivo da imagem institucional da Polícia Militar e na formação da opinião pública sobre as ações de segurança. Com isso, a Polícia Militar de Goiás (PMGO), assim como outras corporações estaduais, tem como desafio a utilização dessas ferramentas comunicacionais de forma estratégica, que seja transparente e mostre eficiência, para que assim fortaleça o vínculo de confiança e colaboração com a população.

A crescente influência da mídia, somada à instantaneidade da comunicação nas redes sociais, impacta diretamente na percepção social sobre segurança pública. Como destaca Porto (2009), os meios de comunicação são importantes produtores de representações sociais, capazes de moldar o entendimento coletivo acerca das políticas de segurança e das ações policiais. Ferreira *et al.* (2022) acrescenta que, em momentos de crise, como durante a pandemia de COVID-19, as redes sociais foram fundamentais para garantir a continuidade do policiamento comunitário em formato digital. Contudo, apesar do reconhecido potencial das mídias, observa-se que ainda existem lacunas quanto à integração planejada entre as estratégias de comunicação institucional da PMGO e o uso simultâneo da imprensa e das redes sociais.

Diante disso, a pesquisa busca responder como a Polícia Militar de Goiás pode usar, de forma estratégica, as redes sociais e sua imprensa institucional para ser mais transparente, prestar contas à população e fortalecer uma relação de confiança e cooperação com a sociedade?

A escolha desta temática se justifica pela demanda por uma segurança pública mais comunicativa e participativa, pela necessidade de adaptação das práticas policiais à sociedade da informação e pela intenção de contribuir com estratégias de comunicação institucional mais alinhadas às necessidades atuais da Polícia Militar de Goiás, além de preencher uma lacuna na literatura científica sobre a integração entre redes sociais e imprensa na comunicação policial no contexto brasileiro.

O objetivo geral é compreender de que forma a Polícia Militar de Goiás pode utilizar, de maneira integrada, as redes sociais e a imprensa institucional para fortalecer o vínculo de confiança e cooperação com a sociedade, e, para tanto, definem-se os seguintes objetivos

específicos: (1) Investigar as estratégias de comunicação atualmente utilizadas pela PMGO em suas redes sociais e nas interações com a imprensa; (2) Avaliar os impactos da cobertura midiática sobre a imagem institucional da PMGO, considerando a percepção da população em relação à segurança pública; (3) Propor diretrizes de comunicação institucional que promovam a integração eficaz entre redes sociais e imprensa, visando à construção de uma relação de maior confiança com a comunidade.

A hipótese que norteia a presente pesquisa é que uma gestão de comunicação integrada, pautada na transparência, no diálogo e na participação social, tende a fortalecer a imagem institucional da PMGO, aumentando a confiança da população na atuação policial e promovendo maior cooperação comunitária nas ações de segurança pública.

A metodologia adotada será de abordagem qualitativa, utilizando o método indutivo, uma vez que se buscará compreender, a partir da análise de casos concretos, os aspectos subjetivos relacionados à comunicação institucional da PMGO. A pesquisa será de natureza exploratório-descritiva e se apoiará em revisão bibliográfica e documental, com análise de conteúdos publicados nas redes sociais oficiais da Polícia Militar de Goiás, além de matérias jornalísticas veiculadas na mídia local.

Ao longo desta pesquisa, busca-se não apenas compreender as dinâmicas atuais da comunicação institucional da Polícia Militar de Goiás, mas também propor alternativas que contribuam para o fortalecimento do vínculo entre sociedade e segurança pública, reconhecendo a importância da comunicação como um elemento central na construção da confiança social.

## **2 REVISÃO TEÓRICA**

### **2.1 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NA SEGURANÇA PÚBLICA**

A comunicação institucional, como componente estratégico das organizações públicas, é essencial na segurança pública para construir a imagem e manter o vínculo com a sociedade, atuando como um processo planejado e contínuo de interação que vai além da simples divulgação de informações e que, no caso da Polícia Militar, deve abranger tanto os canais internos quanto os externos, incluindo a relação com a mídia e a presença nas redes sociais (Kunsch, 2003).

A respeito dessa esfera na segurança pública, a comunicação institucional tem sido reconhecida como um instrumento de gestão capaz de influenciar diretamente a percepção social sobre a segurança e a atuação policial, e isso pode ser evidenciado de acordo com Ferreira *et al.* (2022) que apontam que, durante a pandemia da COVID-19, a intensificação das ações

comunicativas por meio das redes sociais foi fundamental para a manutenção da relação entre as corporações policiais e a população, garantindo a disseminação de informações de interesse coletivo e a continuidade do policiamento comunitário em ambiente virtual.

Além disso, é importante ressaltar que a comunicação institucional no âmbito da Polícia Militar deve ser orientada por princípios éticos e pautada pela transparência, veracidade e respeito à diversidade social. Cabral e Henriques (2022) destacam que a falta de planejamento nas ações comunicacionais pode gerar distorções na imagem institucional e afetar negativamente a confiança da sociedade nas instituições de segurança pública. Por isso, a adoção de estratégias de comunicação institucional estruturadas e alinhadas com os objetivos organizacionais da PMGO é fundamental para o fortalecimento do vínculo social.

De acordo com Wolton (2004), a comunicação pública deve ser vista como um direito cidadão, o que reforça a responsabilidade das instituições de segurança pública em manter canais de diálogo abertos e acessíveis. A literatura especializada também aponta que a comunicação institucional eficaz pode contribuir para a prevenção de conflitos, a mediação de crises e o fortalecimento da cidadania, elementos essenciais para o sucesso das políticas de segurança.

Neste sentido, a Polícia Militar de Goiás busca aprimorar suas práticas de comunicação institucional, utilizando as redes sociais como ferramentas de interação com a sociedade, além de manter contato permanente com os veículos de imprensa, mesmo que ainda existam desafios relacionados à integração entre esses diferentes canais e à construção de uma narrativa institucional que reflita de maneira fiel e positiva a atuação policial no estado.

Assim, compreender o papel da comunicação institucional na segurança pública é fundamental para o desenvolvimento deste estudo, que visa analisar como as redes sociais e a imprensa institucional podem ser utilizadas de forma integrada para fortalecer o vínculo entre a PMGO e a sociedade.

## 2.2 O PAPEL DAS REDES SOCIAIS PARA A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA POLÍCIA MILITAR

Caracterizadas por sua instantaneidade, as redes sociais transformaram a forma como as instituições públicas, incluindo as organizações policiais, se comunicam com a sociedade e isso se dá por plataformas como o *Facebook*, *Instagram*, *X* (antigo *twitter*), entre outros, que passaram a integrar as estratégias de comunicação institucional, assumindo papel central na construção da imagem pública da Polícia Militar. De acordo com Tavares *et. al.* (2023), o uso

das redes sociais pela Polícia Militar do Tocantins tem se mostrado uma ferramenta eficaz para promover a aproximação com a comunidade e desmistificar a atividade policial.

A utilização das redes sociais para comunicação da polícia, permite, além da divulgação de informações, mostrar uma imagem mais humana, mostrando por meio das publicações, o dia a dia dos policiais, ações comunitárias, campanhas educativas e histórias de superação, criando assim uma relação de empatia e confiança. Baccin e Cruz (2015) ressaltam que a interação nas redes sociais pode auxiliar na identificação das demandas da comunidade, além de contribuir para a implementação da filosofia de Polícia Comunitária.

Outro aspecto importante é a possibilidade de comunicação bidirecional, na qual os cidadãos não apenas recebem informações, mas também podem interagir, comentar, sugerir e criticar as ações policiais, gerando uma dinâmica interativa que amplia a participação social e favorece o conceito de polícia cidadã. Segundo Ferreira *et al.* (2022), durante a pandemia, o uso das redes sociais pelas polícias militares brasileiras foi intensificado como estratégia para manter o vínculo com a população, demonstrando o potencial desses canais para o policiamento comunitário mesmo em contextos de distanciamento físico.

Entretanto, o uso das redes sociais pelas instituições policiais apresenta desafios importantes, como a falta de planejamento estratégico, a ausência de profissionais capacitados em comunicação digital e o risco de exposição de informações sensíveis, sendo que, segundo Silva *et al.* (2021), a gestão inadequada desses canais pode gerar crises de imagem e comprometer a credibilidade institucional.

Outro ponto a ser considerado é o impacto da viralização de conteúdos, pois uma publicação equivocada ou mal interpretada pode se espalhar rapidamente, gerando desinformação e prejudicando a reputação da Polícia Militar, sendo assim, é essencial que haja uma equipe de comunicação qualificada, capaz de monitorar, produzir e gerenciar conteúdos com responsabilidade e alinhamento institucional.

### 2.3 A PERCEPÇÃO DA SEGURANÇA PÚBLICA POR MEIO DA INFLUÊNCIA DA IMPRENSA TRADICIONAL

A imprensa influencia como a sociedade percebe a segurança e a imagem das instituições policiais, mas é importante diferenciar a imprensa externa da imprensa institucional, sendo que a imprensa externa reúne veículos tradicionais, como a TV, o rádio, jornais e portais de notícia, os quais ao longo do tempo se consolidaram como mediadores entre os fatos do dia a dia e a percepção social da criminalidade. Como observa Porto (2009), a mídia é um dos

principais produtores de representações sociais, influenciando comportamentos, opiniões e atitudes da população. Entretanto, a cobertura jornalística, muitas vezes, tende a adotar um viés sensacionalista, priorizando crimes violentos, confrontos e operações de grande impacto em detrimento da divulgação de boas práticas policiais e de ações preventivas (Cabral; Henriques, 2022). Esse recorte pode ampliar o medo do crime e a sensação de insegurança, ainda que, quando bem conduzida, a imprensa também seja capaz de valorizar iniciativas positivas e fortalecer a imagem institucional da corporação (Tristão *et al.*, 2010).

Já a imprensa institucional, representada pela assessoria de comunicação da própria Polícia Militar, atua na elaboração de *releases*, definição de porta-vozes e manutenção de canais oficiais de diálogo. Quando estruturada de forma estratégica, funciona como mediadora entre a corporação e os veículos externos, assegurando coerência, transparência e rapidez na transmissão de informações (Porto, 2009). A presença de núcleos de comunicação social especializados nas polícias tem se mostrado eficaz para mitigar crises de imagem e potencializar a divulgação de ações de proximidade com a comunidade.

A relação entre imprensa externa e imprensa institucional é, portanto, complementar, uma vez que a primeira possui grande alcance e poder de pautar a agenda pública, influenciando inclusive decisões políticas (Magalhães, 2015), enquanto a segunda busca alinhar a narrativa institucional e garantir que a sociedade receba informações oficiais e consistentes, sendo necessário, para que a comunicação seja eficaz, que ambas operem de forma integrada e transparente.

Dessa forma, a imprensa tanto externa quanto institucional pode se qualificar como aliada estratégica da Polícia Militar de Goiás, desde que haja planejamento comunicacional, ética e diálogo permanente, pois a integração dessas duas esferas fortalece o vínculo de confiança com a população, contribui para reduzir ruídos de informação e amplia a legitimidade social da atuação policial.

## 2.4 DESAFIOS E PERSPECTIVAS DA POLÍCIA MILITAR DE GOIÁS NA INTEGRAÇÃO ENTRE REDES SOCIAIS E IMPRENSA

A integração entre redes sociais e imprensa tradicional representa um desafio estratégico para a Polícia Militar de Goiás, pois, enquanto as redes sociais oferecem comunicação direta, instantânea e segmentada com a população, a imprensa tradicional ainda possui amplo alcance e credibilidade, exigindo, para sua conciliação, planejamento, capacitação e uma política

de comunicação integrada que garanta mensagens coerentes e alinhadas aos objetivos institucionais.

Um dos principais desafios dessa integração é o gerenciamento de crises de imagem, pois em situações de alta repercussão midiática, como operações policiais com desfechos críticos ou denúncias de abuso de autoridade, a falta de alinhamento entre os setores de comunicação digital e os assessores de imprensa pode gerar mensagens contraditórias, aumentando a desconfiança da sociedade em relação à corporação. Segundo Silva *et al.* (2021), a adoção de uma política de comunicação de crise, com protocolos claros de atuação e definição de porta-vozes, é fundamental para minimizar danos à imagem institucional. Outro aspecto a ser considerado é a necessidade de profissionalização das equipes responsáveis pela comunicação da PMGO, uma vez que muitas instituições policiais ainda carecem de profissionais com formação específica em jornalismo, marketing ou relações públicas, o que dificulta a elaboração de estratégias de comunicação integrada (Cabral e Henrique, 2022)

Por outro lado, a integração bem-sucedida entre redes sociais e imprensa pode gerar benefícios significativos, ampliando o alcance das mensagens institucionais, de forma a permitir que a PMGO tenha maior controle sobre a sua narrativa pública, fortalecendo a confiança da sociedade e aumentando o engajamento da população nas ações de segurança. Baccin e Cruz (2015) ressaltam que a comunicação integrada potencializa a visibilidade das ações de policiamento comunitário e contribui para a construção de uma cultura de proximidade entre polícia e comunidade.

Na PMGO, já existem avanços nesse sentido, como a produção de conteúdos para redes sociais e o envio regular de *releases* à imprensa, mas ainda é preciso fortalecer essa integração, unindo a rapidez das redes sociais com a credibilidade e a profundidade da imprensa tradicional. Diante disso, o fortalecimento da comunicação integrada entre redes sociais e imprensa configura-se como uma oportunidade estratégica para a Polícia Militar de Goiás, uma vez que essa abordagem pode não apenas melhorar a imagem institucional, mas também fortalecer o vínculo de confiança com a sociedade, elemento fundamental para o sucesso das políticas de segurança pública e para a efetividade do policiamento comunitário.

### **3 METODOLOGIA**

A metodologia adotada para o desenvolvimento deste estudo caracteriza-se por uma abordagem qualitativa, de natureza exploratório-descritiva. Conforme Gil (2010), a pesquisa qualitativa busca compreender os fenômenos sociais a partir da análise de significados, relações

e processos subjetivos, sendo indicada para estudos que envolvem percepções e práticas institucionais, como é o caso da comunicação na segurança pública.

O método de abordagem escolhido foi o indutivo, que, segundo Marconi e Lakatos (2017), parte da observação de fenômenos específicos para a formulação de generalizações e conclusões. Essa escolha justifica-se pela necessidade de compreender, a partir de casos concretos, como a Polícia Militar de Goiás tem utilizado as redes sociais e a imprensa institucional de forma integrada, além de identificar desafios e boas práticas.

Os procedimentos da pesquisa foram bibliográficos e documentais, envolvendo a análise de livros, artigos, dissertações, teses e documentos sobre comunicação institucional, segurança pública, redes sociais, imprensa e policiamento comunitário, além de conteúdos produzidos pela própria Polícia Militar de Goiás e pelos principais veículos de imprensa do estado.

Foram selecionadas postagens realizadas nas redes sociais oficiais da PMGO (Instagram, Facebook e Twitter) durante o período de janeiro de 2024 a junho de 2025, bem como matérias jornalísticas publicadas em veículos de maior circulação local, como o Jornal O Popular e o portal G1 Goiás. O critério de inclusão foi a pertinência ao tema da atuação institucional da corporação, sendo excluídas matérias repetidas ou que não tratassem diretamente da PMGO.

A análise dos dados foi conduzida com base na técnica de Análise de Conteúdo de Bardin (2016), com a definição de categorias prévias de classificação, como ações operacionais, ações comunitárias, campanhas educativas, homenagens e comunicados urgentes. A categorização permitiu identificar padrões de comunicação, a frequência dos temas e os enfoques predominantes na cobertura jornalística (positiva, neutra ou negativa).

Reconhece-se como limitação do estudo o fato de a análise restringir-se a fontes digitais e locais, sem contemplar a percepção direta da população ou veículos de alcance nacional. Ressalta-se, contudo, que os dados utilizados são de domínio público, não havendo necessidade de submissão a comitê de ética, embora tenha sido observada a integridade e fidelidade das informações coletadas.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A análise dos dados obtidos a partir das redes sociais oficiais da Polícia Militar de Goiás (PMGO) e das matérias jornalísticas publicadas na imprensa goiana, permitiu identificar padrões

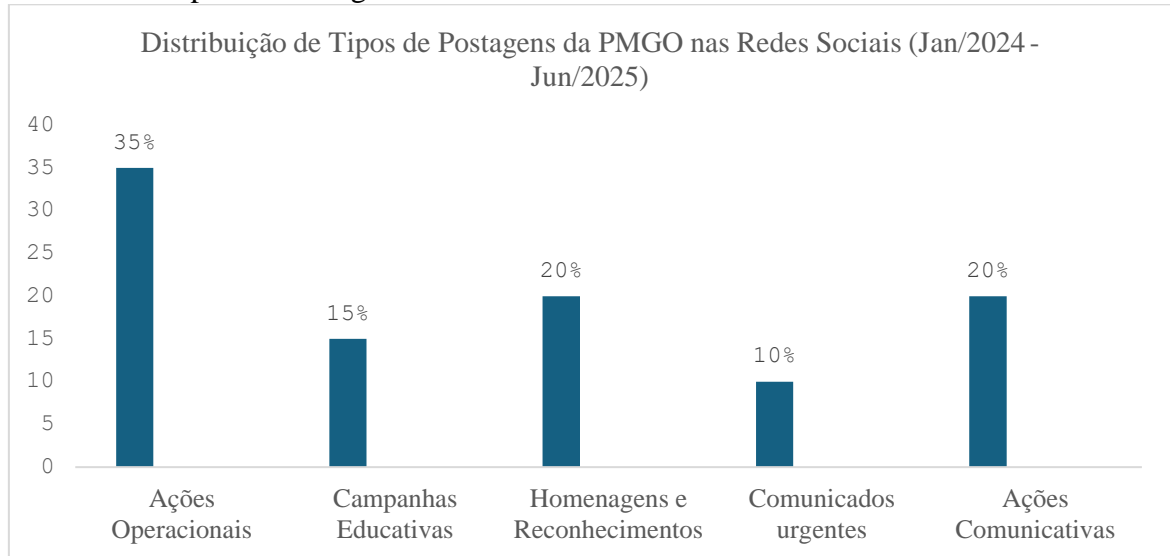
significativos na forma como a comunicação é conduzida, bem como os desafios enfrentados na busca por uma estratégia integrada e eficaz.

#### 4.1 PRESENÇA DIGITAL E INTERAÇÃO NAS REDES SOCIAIS

As redes sociais se tornaram ferramentas essenciais para a Polícia Militar de Goiás se aproximar da sociedade e fortalecer sua imagem institucional, diante das mudanças tecnológicas e da crescente demanda por comunicação pública mais rápida, transparente e acessível.

Foram coletadas publicações realizadas nas páginas oficiais da Polícia Militar de Goiás no Facebook e Instagram, entre janeiro de 2024 e junho de 2025. Os *posts* foram lidos e classificados em cinco categorias — ações operacionais, ações comunitárias, campanhas educativas, homenagens e comunicados urgentes —, contabilizando-se a frequência de cada tipo para posterior cálculo percentual, sendo assim elaborado o Gráfico 1:

Gráfico 1 – Tipos de Postagens da PMGO nas Redes Sociais entre Jan. 2024 a Jun. 2025.



Fonte: A autora (2025)

O Gráfico 1 evidencia que, entre janeiro de 2024 e junho de 2025, a maior parte das publicações da PMGO concentrou-se em ações operacionais (35%), seguidas por ações comunicativas e homenagens e reconhecimentos (20%), campanhas educativas (15%) e comunicados urgentes (10%). Essa distribuição demonstra a ênfase institucional em divulgar ocorrências e operações, reforçando a imagem de enfrentamento ao crime, mas também revela esforços de aproximação com a sociedade por meio de iniciativas comunitárias e educativas, ainda que em menor proporção. As homenagens e comunicados, por sua vez, cumprem papéis

complementares de valorização humana e agilidade informativa. A leitura dos dados indica que, embora a presença digital da corporação esteja consolidada, ampliar conteúdos voltados à prevenção e à integração comunitária pode equilibrar a comunicação e fortalecer o vínculo de confiança com a população, sendo que, segundo Tavares *et al.* (2023), ao apresentar seu cotidiano de forma próxima e acessível, a Polícia Militar desmistifica sua atuação e constrói uma imagem mais alinhada aos valores da cidadania e do serviço público.

Baccin e Cruz (2015) destacam que as redes sociais, quando bem utilizadas, permitem à polícia compreender melhor as demandas da comunidade e adaptar suas estratégias operacionais e comunicacionais de acordo com os anseios da população. No entanto, para que isso ocorra, é necessário investir na qualificação das equipes responsáveis pela gestão dos perfis institucionais, com foco em habilidades de escuta ativa, produção de conteúdo estratégico e gerenciamento de crises de imagem.

A experiência da PMGO demonstra que postagens com ações comunitárias e conteúdos emocionais geram maior engajamento e fortalecem a imagem institucional, enquanto conteúdos puramente informativos têm impacto reduzido, o que reforça a necessidade de uma comunicação digital estratégica, focada na cidadania, em metas claras e integrada a uma política institucional mais ampla, baseada no diálogo, na transparência e no interesse público.

#### 4.2 COBERTURA DA IMPRENSA E REPRESENTAÇÕES DA PMGO

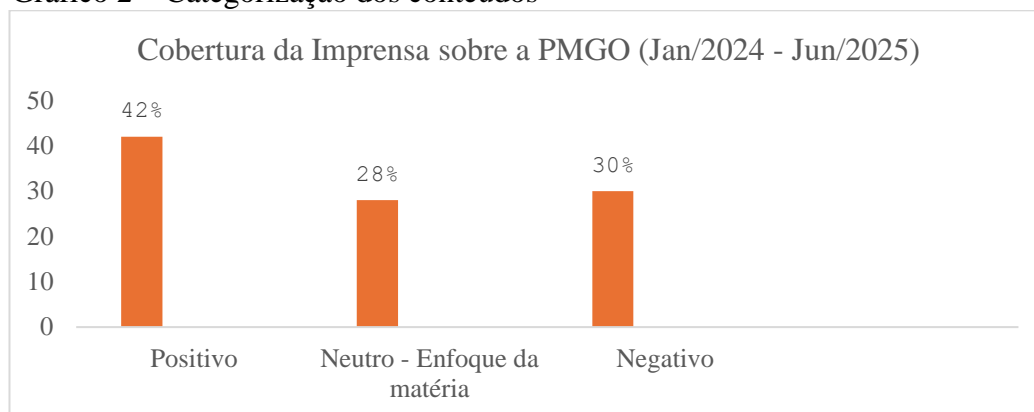
A imprensa tradicional continua sendo peça-chave na formação da percepção social sobre a segurança pública, e, no caso da PMGO, as reportagens locais revelam padrões recorrentes na maneira como a corporação é retratada.

Em linhas gerais, a cobertura jornalística tende a enfatizar episódios de grande repercussão, principalmente relacionados à repressão ao crime, prisões e operações de combate à violência. Essa abordagem, ainda que relevante, muitas vezes privilegia o aspecto sensacionalista, com foco em imagens impactantes, números de ocorrências e confrontos armados, em detrimento de iniciativas preventivas ou comunitárias da corporação. Como observam Cabral e Henriques (2022), esse viés pode reforçar estereótipos sobre a atuação policial e obscurecer os avanços institucionais em áreas como direitos humanos, mediação de conflitos e policiamento de proximidade.

O Gráfico 2 abaixo foi elaborado a partir da análise de matérias jornalísticas veiculadas em portais locais de Goiás, no período de janeiro de 2024 a junho de 2025. Cada reportagem foi classificada de acordo com o enfoque predominante: positivo (valorização das ações da PMGO),

neutro (descrição factual sem julgamento de valor) ou negativo (ênfase em falhas, críticas ou ocorrências de impacto). A partir dessa categorização, foram calculados os percentuais apresentados:

Gráfico 2 – Categorização dos conteúdos



Fonte: A autora (2025)

O Gráfico 2 mostra que, entre janeiro de 2024 e junho de 2025, cerca de 42% das notícias sobre a PMGO tiveram enfoque positivo, 28% foram neutras e 30% negativas, indicando que, apesar da presença de matérias críticas ou sensacionalistas, também há reconhecimento de operações bem-sucedidas e ações comunitárias, enquanto as neutras ficaram no campo informativo e as negativas destacaram falhas e denúncias, reforçando a sensação de insegurança. Esse panorama demonstra que a relação da PMGO com a imprensa externa oscila entre reconhecimento e crítica, reforçando a importância de uma imprensa institucional ativa e estratégica para dar visibilidade às ações positivas, equilibrar a narrativa pública e consolidar a confiança da sociedade na corporação.

Ademais, a imprensa institucional da PMGO precisa se consolidar como um canal direto de proximidade com a população, usando práticas de comunicação baseadas em transparência, linguagem simples e escuta ativa, de modo que, ao ir além da divulgação de informações oficiais e promover diálogo e valorização das demandas comunitárias, a assessoria de comunicação fortaleça a confiança e aumente a legitimidade da atuação policial. Ações como coletivas regulares, envio de *releases* e capacitação de porta-vozes ajudam a PMGO a manter controle sobre sua narrativa, e, com transparência e diálogo, a imprensa tende a agir com mais equilíbrio e responsabilidade na cobertura.

Assim, observa-se que a cobertura jornalística, embora traga desafios à imagem da corporação, também oferece oportunidade estratégica, pois uma relação bem construída com a mídia fortalece a legitimidade institucional e aproxima a PMGO da sociedade.

#### 4.3 INTEGRAÇÃO ENTRE IMPRENSA E REDES SOCIAIS: LIMITES E POSSIBILIDADES

A integração entre redes sociais e imprensa na comunicação da PMGO representa uma oportunidade estratégica, mas ainda ocorre de forma desarticulada e sem planejamento, o que reduz seu impacto e eficácia.

Embora as redes sociais tenham permitido à PMGO maior agilidade na divulgação de ações, campanhas e comunicados emergenciais, a falta de articulação com os veículos de imprensa faz com que muitas mensagens sejam replicadas sem contextualização, perdendo força e, por vezes, gerando ruídos na informação. Durante situações de crise, como operações com grande repercussão ou denúncias contra agentes públicos, a ausência de alinhamento entre os setores de comunicação digital e assessoria de imprensa resulta em respostas descoordenadas e dificuldade de controle da narrativa institucional.

Na realidade da PMGO, embora haja iniciativas relevantes, como a produção de vídeos institucionais e o envio de *releases* à mídia, elas ainda carecem de um plano de comunicação consolidado. O conteúdo divulgado nas redes sociais nem sempre corresponde às pautas priorizadas pela imprensa, o que demonstra a ausência de uma política de integração efetiva.

Ainda assim há espaço para avanços, pois integrar redes sociais e imprensa pode ampliar o alcance das informações e fortalecer a confiança da população, desde que linguagem e valores institucionais sejam coerentes, já que as redes oferecem agilidade e interação enquanto a imprensa garante credibilidade e impacto em públicos mais tradicionais, sendo essencial capacitar equipes, criar protocolos de crise e planejar conteúdos integrados para que a comunicação seja vista pela PMGO como um pilar central de sua aproximação com a sociedade.

#### 4.4 DESAFIOS IDENTIFICADOS E PROPOSTAS DE APRIMORAMENTO

A análise da comunicação institucional da PMGO apresenta avanços na atuação digital e com a imprensa, mas ainda enfrenta obstáculos como falta ou escassez de equipe especializada e protocolos claros para situações de crise.

A improvisação na comunicação durante crises é um grande desafio para a PMGO, pois casos de grande repercussão exigem respostas rápidas e alinhadas e, sem um protocolo definido, a corporação perde o controle da narrativa e compromete sua credibilidade, enquanto a pouca interação com o público, já que as redes da PMGO funcionam mais como canais de divulgação do que de diálogo, limita a escuta social e enfraquece a construção de confiança com a comunidade.

A ausência de profissionais formados em comunicação, jornalismo ou marketing dificulta a produção de conteúdos eficazes e empáticos, e a profissionalização da área é essencial para qualificar as mensagens e ampliar o impacto positivo da atuação da PMGO.

Diante de tais desafios, algumas propostas de aprimoramento podem ser destacadas, como pode ser observado na tabela abaixo:

Tabela 1: Propostas para o aprimoramento da comunicação institucional da PMGO

<b>Medida Proposta</b>	<b>Descrição</b>
<b>Plano de Comunicação Institucional Integrada</b>	Elaboração de um documento que estabeleça diretrizes objetivas para o uso de redes sociais, relacionamento com a imprensa, gestão de crises e definição de atribuições.
<b>Capacitação de servidores</b>	Realização de cursos e oficinas voltados ao desenvolvimento de linguagem acessível, produção de conteúdo digital e treinamento de mídia.
<b>Protocolos de resposta em crises</b>	Estabelecimento de porta-vozes, modelos de notas oficiais e fluxos de resposta padronizados.
<b>Fortalecimento da escuta social</b>	Criação de canais permanentes de diálogo com a população, como ouvidoria digital e pesquisas.
<b>Alinhamento entre redes sociais e imprensa</b>	Integração entre conteúdos digitais e <i>releases</i> jornalísticos para garantir coesão e consistência na comunicação.

Fonte: A autora (2025)

Os desafios enfrentados pela PMGO no campo da comunicação são superáveis, desde que haja reconhecimento institucional da importância estratégica dessa área e investimentos adequados em estrutura, capacitação e planejamento. A construção de uma imagem confiável, transparente e próxima do cidadão depende, cada vez mais, de uma comunicação que seja, ao mesmo tempo, técnica, empática e integrada aos valores democráticos da segurança pública.

A PM5, setor responsável pela comunicação da Polícia Militar, já oferece cursos de comunicação social, jornalismo institucional, fotografia, edição de imagem e produção de conteúdo digital, que hoje estão presentes apenas em parte da formação policial, mas cuja ampliação para todos os ciclos de formação, aperfeiçoamento e especialização pode preparar melhor os militares para lidar com a imprensa e usar as redes sociais de forma estratégica, fortalecendo a comunicação da instituição.

Nesse sentido, discutir a inclusão desses cursos em formações regulares, como o Curso de Formação de Praças (CFP) e cursos de aperfeiçoamento torna-se proposta estratégica para consolidar a cultura de comunicação integrada e qualificada dentro da corporação.

## **5 CONCLUSÃO**

O presente estudo buscou analisar como as redes sociais e a imprensa podem ser utilizadas como aliadas estratégicas pela Polícia Militar de Goiás (PMGO) para a construção de vínculos de confiança e cooperação com a sociedade, por meio de uma pesquisa de caráter qualitativo e exploratório-descritivo, permitiu compreender que, mesmo que existam avanços significativos na presença digital da instituição e no relacionamento com a imprensa, ainda há fragilidades que precisam ser enfrentadas para consolidar uma comunicação integrada, transparente e eficaz.

A análise das publicações da PMGO demonstrou a predominância de conteúdos voltados para ações operacionais, reforçando a imagem de enfrentamento ao crime, mas que não contempla de forma satisfatória iniciativas comunitárias e educativas, fundamentais para o fortalecimento do policiamento de proximidade. Ao mesmo tempo, a cobertura jornalística revelou uma oscilação entre enfoques positivos e negativos, evidenciando que a relação com a mídia externa permanece marcada por desafios, especialmente no que se refere à superação de estereótipos e à mitigação de narrativas sensacionalistas.

Esses resultados confirmam a hipótese inicial de que a comunicação institucional integrada é elemento central para o fortalecimento da imagem da corporação, sendo que a ausência de planejamento estratégico unificado entre redes sociais e imprensa institucional limita o alcance e a consistência das mensagens, especialmente em situações de crise, quando a falta de alinhamento entre os setores de comunicação pode comprometer a credibilidade e a confiança pública.

Por outro lado, ficou claro que tanto as redes sociais quanto a imprensa oferecem oportunidades valiosas, sendo que as primeiras permitem maior agilidade, interação e aproximação com diferentes públicos, enquanto a segunda continua desempenhando papel de legitimidade e alcance, sobretudo entre segmentos mais tradicionais da população, e integrar esses canais, portanto, não é apenas uma necessidade técnica, mas uma condição estratégica para que a PMGO fortaleça sua legitimidade social e sua capacidade de prestar contas de maneira clara e acessível.

Nesse sentido, as propostas apresentadas, como a elaboração de um plano de comunicação institucional integrada, a capacitação de servidores, a definição de protocolos de crise e o fortalecimento da escuta social, mostram-se fundamentais para superar as lacunas identificadas e, portanto, investir em equipes multidisciplinares qualificadas em comunicação digital, jornalismo e marketing institucional é passo essencial para que a corporação avance em direção a uma gestão comunicacional mais eficaz.

As considerações desta pesquisa indicam que a comunicação, quando pautada pela transparência, pela participação e pela integração de canais, é capaz de ampliar a legitimidade da Polícia Militar e de contribuir para a consolidação de uma cultura de proximidade e confiança com a sociedade, o que mostra que a comunicação deve ser reconhecida como política estratégica de segurança pública, indispensável à construção de uma relação sólida entre a instituição policial e a comunidade que ela serve.

Por fim, este trabalho não pretende encerrar o debate sobre o tema, mas sim contribuir com reflexões e propostas que possam servir de subsídio para novas pesquisas e para a implementação de práticas comunicacionais mais modernas e eficazes, e que o fortalecimento do vínculo entre sociedade e segurança pública passa, necessariamente, pela comunicação institucional integrada, que deve ser entendida como um dos pilares da gestão contemporânea das organizações policiais.

## **REFERÊNCIAS**

BACCIN, Leonardo Rincon Stankiewicz; CRUZ, Tércia Maria Ferreira da. Uma reflexão sobre a utilização das redes sociais como forma de auxílio à atuação da Polícia Comunitária. **Revista Ordem Pública e Defesa Social**, v. 8, n. 2, p. 13-22, 2015.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

CABRAL, Maíra Mendonça; HENRIQUES, Rafael da Silva Paes. Revisão bibliográfica de estudos acerca da cobertura jornalística das políticas de segurança pública no Brasil. **Revista Pauta Geral: Estudos em Jornalismo**, v. 9, p. 1-20, 2022.

FERREIRA, Daniel Victor de Sousa et al. E-gov e o policiamento comunitário: as redes sociais online como mecanismo de interação com o público em tempos de pandemia. **Revista Brasileira de Segurança Pública**, São Paulo, v. 16, n. 3, p. 112-137, 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 5. ed. São Paulo: Summus, 2003.

MAGALHÃES, Antonio Carlos Silva. Novas experiências de políticas públicas para controle da criminalidade e da violência no Brasil. **REBESP – Revista Brasileira de Estudos de Segurança Pública**, v. 5, n. 1, p. 14-32, 2015.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

PORTO, Maria Stela Grossi. Mídia, segurança pública e representações sociais. **Tempo Social**, São Paulo, v. 21, n. 2, p. 103-123, 2009.

RICHARDSON, Roberto Jarry et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

SILVA, João Carlos; MELO, Gustavo Ferreira; SOUZA, Thiago Henrique Oliveira. Gestão da comunicação em organizações policiais: desafios contemporâneos. **Revista de Administração Pública**, v. 55, n. 1, p. 100-120, 2021.

TAVARES, Luan Ferreira da Silva et al. A utilização das redes sociais como ferramenta de informação e aproximação popular para desmistificação da atividade-fim da Polícia Militar. **Revista Ibero-Americana de Ciências Policiais e Segurança Pública**, v. 6, n. 14, p. 1-18, 2023.

TRISTÃO, Marise Baesso; SANGLARD, Fernanda Nalon; NUNES, Janaína de Oliveira. A interferência da cobertura jornalística na sensação de segurança e a construção identitária da Polícia Militar de Juiz de Fora. **CES Revista**, Juiz de Fora, v. 24, p. 1-15, 2010.

WOLTON, Dominique. **O outro discurso da comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2004.