



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



WILLKEN DOUGLAS CORREA SENA

**O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NAS RELAÇÕES ENTRE A POLÍCIA
MILITAR E A SOCIEDADE**

GOIÂNIA-GO

2025

WILLKEN DOUGLAS CORREA SENA

**O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NAS RELAÇÕES ENTRE A POLÍCIA
MILITAR E A SOCIEDADE**

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. 3º Sgt. Kalebe de Oliveira Pinheiro.

GOIÂNIA-GO

2025

O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS NAS RELAÇÕES ENTRE A POLÍCIA MILITAR E A SOCIEDADE

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON THE RELATIONSHIP BETWEEN THE MILITARY POLICE AND SOCIETY

Willken Douglas Correa Sena¹

Kalebe de Oliveira Pinheiro²

Resumo

Este artigo analisa o impacto das redes sociais nas relações entre a Polícia Militar de Goiás e a sociedade, considerando como a presença digital da instituição influencia a imagem pública, a percepção de segurança e a interação com os cidadãos. O estudo, de natureza qualitativa e documental, foi desenvolvido a partir da revisão de literatura, legislações, relatórios institucionais e publicações acadêmicas. Os resultados apontam que plataformas como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* têm sido utilizadas para divulgar operações, campanhas educativas, ações comunitárias e resultados operacionais, favorecendo a aproximação entre polícia e sociedade. Observa-se que essa presença digital contribui para maior transparência, prestação de contas e fortalecimento da confiança pública. Contudo, desafios persistem, como o risco de divulgação de *fake news*, a possibilidade de crises de imagem e a necessidade de normatização do uso das redes pelos policiais. Conclui-se que, embora o ambiente digital seja um instrumento estratégico para a Polícia Militar, sua efetividade depende de planejamento, monitoramento e capacitação adequada dos profissionais para lidar com os aspectos da comunicação e aspectos sociais envolvidos.

Palavras-chave: Redes sociais; Polícia Militar; Imagem institucional; Confiança pública; Segurança pública.

Abstract

This article analyzes the impact of social media on the relationship between the Military Police of Goiás and society, focusing on how the institution's digital presence influences public image, perceptions of security, and interaction with citizens. The study, qualitative and documentary in nature, was based on a review of literature, legislation, institutional reports, and academic publications. The findings indicate that platforms such as Facebook, Instagram, and Twitter have been used to share operations, educational campaigns, community actions, and operational results, fostering closer ties between police and society. This digital presence has contributed to greater transparency, accountability, and the strengthening of public trust. However, challenges remain, such as the spread of fake news, the risk of image crises, and the need to regulate the use of social media by police officers. The study concludes that, although the digital environment is a strategic tool for the Military Police, its effectiveness depends on careful planning, continuous monitoring, and proper training of professionals to handle the communicational and social aspects involved.

Keywords: Social media; Military Police; Institutional image; Public trust; Public security.

¹ Aluno do Curso de Formação de Praças – 2ª Turma de 2025, Especialização em Polícia e Segurança Pública do Comando da Academia de Polícia Militar de Goiás. Email: willken303@hotmail.com. Telefone: (61) 991421448.

² Orientador. Professor da Especialização em Polícia e Segurança Pública do Comando da Academia de Polícia Militar. Licenciatura em Ensino do Instrumento Musical pela Escola de Música e Artes Cênicas - UFG. Pós graduação em Docência no Ensino Superior pela Faculdade Apogeu. Email: Kalebeop@hotmail.com. Telefone: (62)99152-3012.

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais têm, a cada dia, se tornado ferramentas essenciais de comunicação no mundo moderno, influenciando a forma como instituições públicas e privadas se relacionam com a sociedade e como é vista por ela. Castells (2003) destaca que vivemos em uma “sociedade em rede”, na qual fluxos de informação estruturam relações sociais e institucionais. No caso da segurança pública, especialmente no trabalho da Polícia Militar, as redes sociais passaram a ser um canal direto de interação com a população, permitindo não só a divulgação de ações, mas também o recebimento de denúncias, sugestões e críticas (Martino, 2014).

Assim, em Goiás, a Polícia Militar tem utilizado cada vez mais plataformas digitais como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* para divulgar operações, campanhas educativas, ações comunitárias e resultados operacionais. Essa presença digital contribui para melhorar a imagem da corporação, aproximar os policiais da comunidade e aumentar a sensação de segurança na população. Nesse sentido, Recuero (2010) ressalta que as redes digitais, quando aplicadas em contextos institucionais, são capazes de ampliar a visibilidade e construir capital social. Assim, o fortalecimento da relação entre polícia e sociedade é fundamental para a construção de uma segurança pública mais eficaz (Bayley, 2006).

Portanto, o uso das redes sociais pela Polícia Militar é uma ferramenta moderna de aproximação com a sociedade, trazendo mais transparência, prestação de contas e participação cidadã. Contudo, ao mesmo tempo em que aproximam, as redes sociais tornam a instituição sujeita a julgamentos e críticas. Como apontam Bertolazzi e Velho (2020), a circulação de *fake news* e interpretações equivocadas pode impactar negativamente a confiança e a credibilidade da polícia perante a população, reforçando tensões sociais.

Neste sentido, o uso das redes sociais pela Polícia Militar é uma ferramenta moderna de aproximação com a sociedade, trazendo mais transparência, prestação de contas e participação cidadã. Contudo, ao mesmo tempo em que aproximam, as redes sociais tornam a instituição sujeita a julgamentos e, muitas vezes, a críticas. Comentários negativos, *fake news* e interpretações equivocadas que podem impactar diretamente a confiança e a credibilidade da polícia perante a população.

Segundo Skogan (2019), a confiança e a legitimidade institucional dependem não apenas da eficácia no controle do crime, mas também da forma como a polícia se comunica e se faz presente no cotidiano da população. A justificativa para este estudo está na importância de entender os efeitos das redes sociais na atuação da Polícia Militar e na percepção social sobre a segurança pública, levando em conta o papel fundamental da corporação na manutenção da

ordem e na proteção dos direitos dos cidadãos. Além disso, contribui para a compreensão sobre ética digital e responsabilidade social, com o fim de que a relação seja mais transparente e construtiva entre a polícia e a sociedade goiana.

Com base na contextualização e justificativa apresentadas, este trabalho tem como questão-problema: Como o uso das redes sociais pela Polícia Militar de Goiás impacta a relação com a sociedade, influenciando a percepção de segurança e a imagem institucional? A presente pesquisa tem como objetivo analisar o impacto das redes sociais nas relações entre a Polícia Militar e a sociedade, investigando como a presença digital influencia a percepção pública e a prestação de serviço dos policiais.

A partir desse objetivo geral, serão abordadas especificamente questões como: investigar de que forma a Polícia Militar de Goiás tem utilizado as redes sociais em suas estratégias institucionais de comunicação; e examinar, com base em estudos e dados já existentes, como a presença digital da PMGO tem influenciado a imagem pública da corporação e a percepção de segurança por parte da sociedade.

Além disso, busca-se analisar os principais conteúdos publicados pela Polícia Militar nas redes sociais, identificando suas finalidades e mensagens predominantes, bem como examinar a relação entre as redes sociais e a atuação institucional da Polícia Militar de Goiás, considerando o uso estratégico dessas plataformas.

A análise será com base em revisão bibliográfica e pesquisa em sites e plataformas digitais relacionados ao tema, de abordagem qualitativa, com foco na análise documental. O objetivo é compreender como a Polícia Militar de Goiás tem utilizado as redes sociais como ferramenta institucional e como essa presença digital influencia a percepção da população e o relacionamento com a sociedade.

Serão analisados diferentes tipos de materiais, como perfis oficiais da Polícia Militar de Goiás nas redes sociais (*Instagram, Facebook, Twitter, YouTube* e outras plataformas relevantes); relatórios e publicações institucionais que tratem da comunicação e imagem pública da PMGO; dados e estatísticas disponíveis em fontes oficiais e acadêmicas sobre interação digital e engajamento da população; artigos, estudos acadêmicos e reportagens que abordem o uso das redes sociais na segurança pública, especialmente no contexto goiano.

A análise será feita por meio de leitura crítica e interpretação dos documentos e publicações, buscando identificar as estratégias de comunicação adotadas, os impactos gerados e os principais desafios enfrentados. As informações serão organizadas de forma a responder à pergunta principal da pesquisa.

2 REVISÃO TEÓRICA

Inicialmente, antes de abordarmos o tema em si, é importante considerar aspectos próprios das redes sociais e como a revolução tecnológica que trouxe acesso a todos e de forma simultânea, transforma diferentes áreas de atuação e convivência social, como economia, cultura, lazer, vida social e educação, entre outras. Para Tavares (2023) com o avanço da internet, as redes sociais passaram a ser ferramentas importantes de convivência, disseminação de informações, interação, praticidade e agilidade na divulgação de conteúdos.

Nesse contexto, para tornar suas atividades mais visíveis e fortalecer a interação com a população, a Polícia Militar do Estado de Goiás passou a utilizar as redes sociais como estratégia para compartilhar informações de caráter preventivo e operacional, promovendo campanhas institucionais e divulgando resultados de sua atividade-fim (PMGO, 2021).

Conforme Martins (2022), a expressão “rede social” tem origem anterior à internet, e se refere à interação entre pessoas que partilham interesses e valores semelhantes. Ou seja, a noção de rede social não depende da tecnologia, mas da formação de vínculos sociais e do compartilhamento de significados (Recuero, 2010).

Assim, Tocantins (2022) explica que o ser humano nasce inserido em uma rede social primária — a família — e, ao longo da vida, integra outras, como grupos escolares, de amizade e de trabalho. Essas redes sociais contribuem para a formação de valores e conhecimentos que são essenciais para sua vida cotidiana e para sua sobrevivência. Observa-se que as redes sociais se mostram uma excelente estratégia para fortalecer a interação com a população por diversos motivos.

Primeiramente, no campo institucional, a transparência e a humanização são fundamentais no relacionamento entre polícia e sociedade. Ao compartilhar conteúdos em tempo real — como alertas de segurança, projetos comunitários e ações preventivas — a corporação transmite maior credibilidade. Para Baccin e Cruz (2015), o uso das redes sociais pelas polícias favorece a confiança pública e legitima sua atuação. Além disso, postagens humanizadas reduzem a “barreira” entre o uniforme e o cidadão, gerando empatia.

Na mesma linha, Araújo (2023), em dissertação sobre a Polícia Militar do Maranhão, constatou que plataformas como *Instagram* e *WhatsApp* abriram canais de diálogo direto, nos quais a população participa ativamente com denúncias, sugestões e *feedbacks*. Isso amplia o controle social e fortalece a legitimidade das ações policiais, em consonância com a ideia de policiamento orientado para a comunidade (Skogan, 2019).

De forma semelhante, Lima (2018), ao estudar a PM de Minas Gerais, destacou que as mídias sociais atuam como fontes abertas de dados, ampliando tanto a eficácia no combate à criminalidade quanto a divulgação de informações de interesse público. Para o autor, essas ferramentas permitem alinhar ações preventivas às necessidades reais da comunidade.

Já Campos (2022), analisando perfis corporativos da Polícia Federal, observou que estratégias que utilizam elementos emocionais, chamadas diretas à ação e *hashtags* mobilizadoras geram maior engajamento do público. A adoção de técnicas semelhantes pela Polícia Militar pode potencializar o alcance e reforçar a imagem institucional perante a sociedade.

Vale observar que durante a pandemia de COVID-19, as redes sociais foram fundamentais para o policiamento comunitário no Brasil. Pesquisa realizada por Souza Ferreira (2022) com as 27 Polícias Militares mostrou que canais como *Instagram* se transformaram em “braço forte e mão amiga” das instituições, intensificando a interação social, ao aproximar população e corporações por meio das interações digitais.

Por outro lado, o uso inadequado das redes pode trazer riscos sérios. A Diretriz PM 3-006/02-21 da Polícia Militar de São Paulo estabelece restrições ao compartilhamento de imagens de operações, armamentos e viaturas, por comprometer a segurança institucional (PMESP, 2021). De forma semelhante, a Portaria nº 14.796/2019 da PMGO, assinada pelo Coronel Renato Brum dos Santos, delimitou regras para os policiais, como a proibição de uso de uniformes em perfis pessoais e de manifestações políticas em nome da corporação (PMGO, 2019). Ainda, a portaria estabelece normas claras sobre o uso das redes sociais pelos policiais militares. Entre as principais diretrizes, destacam-se:

- Proibição de divulgação de dados e imagens relacionadas a crimes: Os policiais estão proibidos de divulgar textos, fotos, imagens e vídeos relacionados a fatos definidos como crime ou contravenção penal sem a autorização da Assessoria de Comunicação Social da PMGO.
- Distinção entre vida pessoal e profissional: Embora os policiais possam utilizar as redes sociais para postagens pessoais, é vedado comentar ou responder sobre assuntos relacionados à segurança pública ou de viés político em nome da PMGO, especialmente quando fardados.
- Uso de uniformes e símbolos: É vedado o uso de uniformes, insígnias, brasões, símbolos, logomarcas, fardamento, armamento, viaturas ou equipamentos de proteção individual em perfis pessoais nas redes sociais

Além disso, Renó (2022) alerta ao risco real de violação da hierarquia e disciplina quando policiais utilizam seus perfis pessoais para emitir críticas a superiores ou comentar procedimentos internos, ressalta que tais condutas podem gerar sanções disciplinares e, em casos graves, responsabilização penal conforme o Código Penal Militar.

[...] o mau uso institucional das redes pode desencadear crises digitais que afetam toda a imagem pública da polícia. A multiplicação de conteúdos negativos — boatos, vídeos polêmicos ou críticas — pode se espalhar rapidamente, prejudicando a confiança da população e exigindo atuação emergencial das autoridades superiores para conter os danos (Renó, *online*, 2022).

Tendo em vista todo o exposto, Gomes (2016) explica que quando a comunidade acompanha as ações policiais por meio das redes sociais, observa-se aumento na sensação de segurança. Isso ocorre porque a exposição frequente de ações ostensivas e preventivas gera o que a teoria da dissuasão chama de “efeito de visibilidade”, reforçando que a punição é certa e consequência. Nesse sentido, as *blitzes*, operações educativas e abordagens divulgadas *online* ativam não só um efeito dissuasório real como psicológico.

Quanto ao aumento da sensação de segurança apontado por Gomes (2016), a criminologia apresenta algumas teorias explicativas que ajudam a compreender esse fenômeno. Entre elas, destacam-se, por exemplo, as teorias da vigilância natural, das janelas quebradas e do etiquetamento, que contribuem para interpretar como a presença ostensiva e a comunicação impactam a percepção social.

A teoria da vigilância natural, descrita por Jane Jacobs em *The Death and Life of Great American Cities* (1961), mostra que a presença visível de pessoas — incluindo policiais — fomenta a sensação de que “há olhos nas ruas”, promovendo segurança comunitária (Jacobs, 2011). Nas redes sociais, vídeos de patrulhamento ou de policiamento comunitário cumprem função simbólica semelhante: reforçam o senso coletivo de monitoramento e controle social, o que tranquiliza a população.

Além disso, a Teoria das Janelas Quebradas, formulada por Wilson e Kelling (1982), sustenta que sinais visíveis de desordem estimulam a criminalidade, enquanto a manutenção da ordem e a presença ostensiva de autoridades inibem práticas delitivas (Wilson; Kelling, 1982). Assim, a divulgação digital de operações policiais reforça a ideia de controle social imediato e reforça a eficácia preventiva.

Já a teoria do etiquetamento (*labeling approach*), desenvolvida por Howard Becker (1963), sugere que o processo de rotulação social pode aumentar o estigma sobre determinados grupos. Ao atuar de forma transparente nas redes e divulgar ações baseadas em legalidade e

direitos humanos, a polícia pode reduzir estigmas e contribuir para uma percepção social mais justa (Becker, 1963).

Diante do exposto, observa-se que o uso estratégico das redes sociais pelas instituições policiais, possui também fundamento em teorias criminológicas e sociológicas, que podem fortalecer a confiança pública, promover maior sensação de segurança e aproximar a polícia da comunidade.

3 METODOLOGIA

A pesquisa em questão utilizou as abordagens de revisão da literatura e análise documental para embasar seus resultados em estudos científicos, doutrinas, legislações, manuais institucionais e publicações oficiais das corporações policiais. Adotou-se o método hipotético-dedutivo, o que permitiu estabelecer um diálogo crítico e jurídico-social em relação aos resultados encontrados, enriquecendo assim o conteúdo da investigação (Gil, 2010).

Classificada como uma pesquisa de natureza qualitativa, a investigação buscou compreender e qualificar o fenômeno do uso das redes sociais pela polícia e seu impacto na percepção de segurança e na confiança pública. De caráter básico, os conhecimentos gerados visam ampliar o entendimento na comunidade acadêmica e profissional, oferecendo contribuições práticas e teóricas ao campo da segurança pública e da comunicação institucional. Os objetivos são explicativos, buscando identificar causas, efeitos e possíveis desdobramentos dessa prática. Quanto aos procedimentos, foram de natureza bibliográfica e documental, baseando-se em fontes previamente definidas para fundamentar a análise (Gil, 2010).

Foram consultados estudos científicos em bases de dados confiáveis, como Google Acadêmico, Portal de Periódicos CAPES e Biblioteca Digital da Fundação Getúlio Vargas. Os critérios de seleção aplicados incluíram a natureza do estudo (artigo, monografia, dissertação e tese), pertinência temática, disponibilidade do trabalho completo e idioma português. Os descritores utilizados nas buscas foram: “uso de redes sociais pela polícia”, “comunicação institucional”, “polícia comunitária”, “percepção de segurança” e “confiança pública”.

A ausência de qualquer um desses critérios resultou na exclusão do estudo da análise. A coleta de dados ocorreu de maio de 2025 a junho de 2025, e os resultados são apresentados a seguir, acompanhados de discussão crítica e confronto com a doutrina e a legislação vigente.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 O USO DAS REDES SOCIAIS PELA POLÍCIA MILITAR

Inicialmente, o uso das redes sociais pelas instituições policiais representa um avanço significativo na forma como se estabelece a comunicação entre Estado e sociedade. A Polícia Militar do Estado de Goiás (PMGO) aderiu a esse processo de acordo com a expansão do ambiente digital e da chamada “sociedade midiaticizada” (Verón, 2014; Hjarvard, 2014). As plataformas digitais passaram a funcionar como canais diretos de interação, conferindo maior transparência, agilidade na divulgação de informações e, aproximando a corporação da comunidade que atende.

Nesse sentido, a utilização das redes sociais pela PMGO não se limita ao campo da informação, mas também na construção de legitimidade e confiança pública, em linha com o que apontam estudos sobre a midiaticização das instituições de segurança (Silva Junior, 2024). Além disso, em termos práticos, a PMGO utiliza redes como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* para divulgar operações, alertas de segurança, campanhas de prevenção e resultados de sua atividade-fim.

De acordo com a própria corporação (PMGO, 2021), o objetivo é fortalecer a interação com a sociedade e ampliar a sensação de proximidade entre polícia e população. Essa prática é coerente com as ideias de Tavares (2023), que destaca como as redes sociais se consolidaram como ferramentas de praticidade e agilidade na disseminação de conteúdos, ampliando o alcance das ações públicas.

Ademais, estudos realizados em outros estados reforçam a eficácia dessa estratégia: a Polícia Militar do Tocantins, por exemplo, obteve resultados expressivos ao adotar redes sociais como instrumento de aproximação popular, favorecendo o controle social e a legitimação institucional (Nascimento; Silva, 2023).

Do mesmo modo, no caso goiano, observa-se que o uso das redes sociais tem repercussões tanto preventivas quanto operacionais. A divulgação de operações educativas e campanhas de conscientização, além de alertas imediatos sobre crimes ou golpes em circulação, cumprindo função informativa. Gomes (2016) destaca que essa visibilidade das ações policiais contribui para o chamado “efeito de visibilidade”, aumentando a sensação de segurança na população.

Em paralelo, a criminologia aponta conceitos teóricos para essa prática: a teoria das “janelas quebradas” (Wilson; Kelling, 1982) e a vigilância natural (Jacobs, 2011) explicam

como a presença ostensiva — inclusive digital — transmite à comunidade um sentimento de controle social e prevenção da criminalidade.

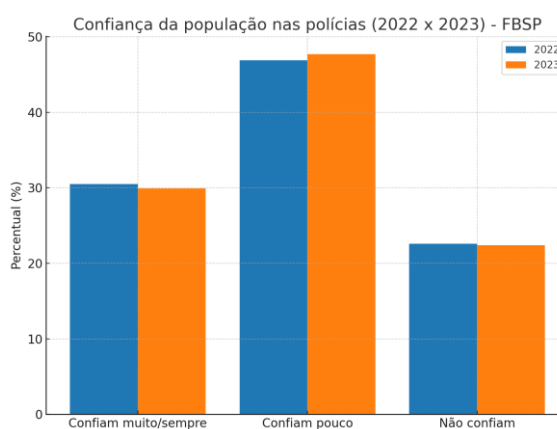
Ainda, outro ponto relevante é a humanização da imagem institucional, uma vez que ao compartilhar conteúdos que destacam histórias pessoais de policiais, projetos comunitários e ações sociais, a PMGO contribui para reduzir a distância entre corporação e cidadão. Baccin e Cruz (2015) defendem que esse tipo de abordagem favorece a confiança pública, ao mesmo tempo em que constrói empatia.

Nesse sentido, a PMGO, ao incorporar as redes sociais como ferramenta estratégica, não apenas acompanha uma tendência global, mas também atua na transparência, proximidade e legitimidade. O desafio, entretanto, permanece em manter o equilíbrio entre o uso estratégico dessas ferramentas e a necessidade de resguardar valores institucionais como hierarquia, disciplina e sigilo operacional.

4.2 PERCEPÇÃO DA POPULAÇÃO SOBRE A IMAGEM INSTITUCIONAL

Primeiramente, é importante reconhecer que a confiança da população nas instituições policiais é um dos principais indicadores de legitimidade. Estudos do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP, 2023) revelam que apenas cerca de 30% dos brasileiros afirmam confiar muito nas polícias. Bayley (2006) defende que a legitimidade policial não é resultado apenas da repressão ao crime, mas da capacidade de a polícia demonstrar justiça, imparcialidade e proximidade com a sociedade.

Gráfico 1 – Comparativo da confiança da população nas polícias (2022 x 2023)



Fonte: Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2023. São Paulo: FBSP, 2023.

Assim, esse dado confirma que a percepção social em relação às polícias no Brasil é predominantemente marcada pela desconfiança, reforçando a necessidade de estratégias institucionais que aumentem a transparência e a proximidade com a sociedade. Além disso, pesquisas apontam que a confiança na polícia varia regionalmente. No Centro-Oeste, por exemplo, a taxa de confiança “alta” não passa de 5%, segundo o Índice de Confiança na Justiça do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA, 2022).

Tabela 1 – Índice de confiança “muito alta” nas polícias por região do Brasil

Região	Confiança “muito alta” nas polícias (2010)
Norte	4,45 %
Nordeste	5,80 %
Centro-Oeste	4,30 %
Sudeste	3,00 %
Sul	3,40 %

Fonte: Ipea, Pesquisa SIPS – Segurança Pública, 2010.

Esse dado é particularmente relevante para Goiás, pois mostra que mesmo em uma região com forte presença policial, os índices de confiança ainda estão entre os mais baixos do país. Nesse sentido, Skogan (2019) destaca que a confiança pública só se fortalece quando a população percebe consistência entre discurso institucional e práticas cotidianas. Do mesmo modo, o uso das redes sociais surge como ferramenta estratégica para tentar reverter esse cenário. Segundo Araújo (2023), ao permitir a interação os canais digitais funcionam como espaços de escuta ativa, onde críticas e sugestões podem ser utilizadas no planejamento policial.

Nesse aspecto, a PMGO tem buscado ampliar a divulgação de operações e campanhas de cunho educativo, mas ainda enfrenta desafios em transformar a visibilidade em credibilidade. Assim, na prática, quando a população observa que suas demandas são ouvidas, há uma tendência de fortalecimento da confiança e da sensação de pertencimento.

Por outro lado, a literatura aponta que a presença digital não garante, por si só, a melhora da imagem institucional. Castells (2003) ressalta que as redes digitais são espaços de disputa, em que diferentes atores podem influenciar a opinião pública e fragilizar narrativas oficiais. Nesse contexto, comentários negativos, *fake news* e interpretações equivocadas podem comprometer a credibilidade da corporação, mesmo quando há esforço institucional de

aproximação. Essa realidade impõe à polícia a necessidade de investir em monitoramento de métricas e gestão estratégica da comunicação para prevenir crises de imagem (Castells, 2003).

Ainda, é relevante considerar que a percepção da população também está relacionada a aspectos emocionais. Pesquisa conduzida pela Data Senado (2022) revelou que a sensação de insegurança não depende apenas da realidade objetiva dos índices criminais, mas da forma como a população interpreta o ambiente em que vive. Nesse sentido, ações policiais amplamente divulgadas nas redes podem reforçar tanto sentimentos de proteção quanto de medo, a depender da narrativa empregada. Assim, a escolha do tom, das imagens e da linguagem comunicacional torna-se decisiva para a formação da imagem institucional.

Por fim, cabe destacar que a confiança institucional está intimamente ligada à experiência cotidiana do cidadão. A teoria da legitimidade processual de Tyler (2004) explica que as pessoas tendem a confiar mais na polícia quando percebem tratamento respeitoso, imparcialidade e transparência. No ambiente digital, isso significa que a PMGO precisa não apenas expor resultados, mas também valorizar o diálogo, reconhecer críticas legítimas e apresentar prestação de contas clara. Desse modo, a presença digital pode deixar de ser apenas um canal de divulgação e se consolidar como um espaço de construção democrática da segurança pública.

4.3 ESTRATÉGIAS E DESAFIOS IDENTIFICADOS

Inicialmente, é importante reconhecer que a presença digital da Polícia Militar de Goiás (PMGO) não se resume apenas à divulgação de resultados operacionais, mas também envolve a adoção de estratégias de engajamento para fortalecer a relação com a comunidade. Segundo Recuero (2010), as redes sociais funcionam como espaços de interação horizontal, nos quais o sentido se dá pela participação dos usuários.

Nesse contexto, a PMGO tem utilizado postagens interativas, campanhas educativas e transmissões ao vivo para estreitar laços com a população e gerar maior proximidade simbólica. Além disso, o uso de conteúdos visuais – como vídeos curtos, fotografias de operações e campanhas com linguagem acessível – é uma prática comum nas páginas oficiais da corporação.

De acordo com Campos (2022), perfis institucionais que exploram recursos multimídia e elementos emocionais geram níveis mais altos de engajamento do público. Essa estratégia tem sido adotada em Goiás para humanizar a imagem do policial, mostrando-o não apenas em ações repressivas, mas também em atividades comunitárias e educativas.

Do mesmo modo, a participação ativa da população nas redes sociais é estimulada por ferramentas como canais de denúncia *online* e enquetes virtuais, que ampliam a interação e

favorecem a participação social. Em Goiás, esse tipo de prática tem sido aplicado especialmente em campanhas de prevenção à violência doméstica e em ações de conscientização no trânsito, reforçando a ideia de que a comunicação digital pode ser um aliado estratégico no enfrentamento de problemas cotidianos de segurança.

Figura 2 – exemplos de *post* da página oficial da PMGO no *Instagram*



Fonte: *Instagram* @policiamilitargo

Nesse sentido, Araújo (2023) observa que tais mecanismos configuram avanços relevantes na consolidação de um policiamento mais participativo, na medida em que permitem à comunidade exercer um papel de controle social, identificando demandas locais e propondo soluções que contribuem para maior legitimidade e eficácia das ações policiais.

Por outro lado, é relevante destacar que o ambiente digital apresenta desafios significativos. Segundo Renó (2022), o mau uso das redes sociais por integrantes das forças de segurança pode gerar crises institucionais, uma vez que a viralização de conteúdos polêmicos é rápida e difícil de conter.

Ainda, o fenômeno das *fake news* é um desafio permanente. Conforme levantamento do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP, 2023), notícias falsas relacionadas à atuação policial têm impacto direto na percepção social, enfraquecendo a confiança institucional. Para enfrentar esse problema, a PMGO investe em publicações oficiais que desmentem boatos e reforçam a transparência, mas a rapidez das redes dificulta o alcance total dessas ações.

Por outro lado, a literatura também alerta para riscos associados ao uso inadequado das redes sociais por policiais militares. O estudo de Renó (2022) aponta que postagens sem

controle, como imagens de armamento, operações em andamento ou críticas à hierarquia, podem expor vulnerabilidades institucionais e comprometer a disciplina.

Por fim, cabe citar que, apesar dos avanços, a falta de recursos humanos e tecnológicos limita a eficácia das estratégias digitais. Segundo pesquisa da Escola de Comando e Estado-Maior do Exército (MARTINS, 2022), grande parte das corporações brasileiras ainda enfrenta carência de equipes de comunicação especializadas e ferramentas de análise de dados. Em Goiás, esse cenário também é perceptível: embora haja presença nas redes, ainda é necessário aprimorar a comunicação para diferentes públicos.

5 CONCLUSÃO

A análise desenvolvida ao longo deste estudo permitiu concluir que as redes sociais se tornaram ferramentas estratégicas de comunicação institucional, possibilitando à Polícia Militar de Goiás maior aproximação com a sociedade. Plataformas como *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* têm sido utilizadas não apenas para divulgar ações operacionais e preventivas, mas também para reforçar campanhas educativas e abrir canais de diálogo com a população. Essa prática favorece a transparência, a prestação de contas e a construção de uma imagem institucional mais próxima e acessível a todos.

Observou-se que a presença digital da PMGO contribui para o fortalecimento da confiança pública, ainda que de forma limitada. Pesquisas nacionais indicam que os índices de confiança nas polícias permanecem baixos, especialmente na região Centro-Oeste, mas as ações de comunicação digital mostram-se como um caminho viável para reverter esse cenário. Quando a corporação expõe resultados, compartilha projetos comunitários e responde às demandas sociais em tempo real, há indícios de que a população passa a perceber a instituição de forma mais legítima e próxima de seus interesses.

Entretanto, a pesquisa também revelou desafios significativos. A divulgação de *fake news*, a propagação de críticas e a possibilidade de crises de imagem representam riscos para a corporação. Além disso, o uso inadequado das plataformas por policiais, como postagens pessoais envolvendo uniformes, críticas à hierarquia ou exposição de operações em andamento, pode gerar problemas disciplinares e comprometer a credibilidade institucional. Esses fatores demonstram que o ambiente digital, ao mesmo tempo que aproxima, exige normas claras, ponderação e monitoramento.

Outro aspecto a ser considerado é que a presença digital por si só não garante credibilidade. A literatura aponta que a confiança na polícia está diretamente ligada à

experiência cotidiana do cidadão com a corporação, especialmente no tratamento respeitoso, na imparcialidade e na coerência entre discurso e prática. Portanto, para que a atuação digital seja efetiva, é necessário ajustar a comunicação nas redes sociais, de modo que a proximidade seja refletido também nas ações de rua.

Além disso, verificou-se que o engajamento da população depende da adoção de estratégias de comunicação humanizadas e interativas. Postagens que destacam histórias pessoais de policiais, campanhas educativas e conteúdos voltados para prevenção alcançam maior aceitação. Ao estimular a participação ativa da comunidade em enquetes, denúncias *online* e comentários, a PMGO amplia os espaços de controle social e legitima sua atuação como uma polícia cidadã, em acordo as tendências de policiamento comunitário.

Diante disso, conclui-se que o impacto das redes sociais nas relações entre a Polícia Militar e a sociedade é positivo, mas requer investimentos em tecnologia, capacitação dos profissionais e gestão estratégica da comunicação digital. O futuro depende da capacidade institucional de equilibrar transparência, disciplina e engajamento social. Assim, as redes sociais não devem ser vistas apenas como exposição de ações policiais, mas como espaço de reforço a confiança pública e para fortalecer a segurança em Goiás e no Brasil.

REFERÊNCIAS

ABNT. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: informação e documentação: referências: elaboração. Rio de Janeiro, 2002.

ARAÚJO, A. R. **O uso das redes sociais digitais pela Polícia Militar do Maranhão: possibilidades e desafios**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual do Maranhão, São Luís, 2023.

BAYLEY, David H. **Padrões de policiamento: uma análise comparativa internacional**. São Paulo: Edusp; 2002.

BACCIN, **Leonardo R. S.**; CRUZ, **Tércia M. F. da**. *Uma reflexão sobre a utilização das redes sociais como forma de auxílio à atuação da polícia comunitária*. Revista Ordem Pública, v. 8, n. 2, p. 13–34, 2015.

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

BITTNER, Egon. **Aspectos do trabalho policial**. 2.ed. Edusp: São Paulo, 2003.

BERTOLAZZI, Gabriel; VELHO, Ana Paula. **Comunicação, fake news e segurança pública: desafios institucionais**. *Revista Brasileira de Ciências Policiais*, v. 11, n. 2, p. 85-104, 2020.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidente da República, 2016.

BOHN, Simone R. **Confiança institucional no Brasil: o papel das políticas públicas**. Rio de Janeiro: FGV, 2018.

CAMPOS Avanzi, C. (2022). **Estratégias de engajamento nas redes: Um estudo de caso sobre as mídias sociais da Polícia Federal**. *Revista Eletrônica Interações Sociais*, 5(1). Recuperado de <https://periodicos.furg.br/reis/article/view/13097>. Acesso em: 12 jun. 2025.

CAMPOS Avanzi, C. (2022). **A Polícia Federal no Instagram: estudo das estratégias discursivas na construção da imagem institucional**. *Revista Eletrônica do Instituto de Ciências Humanas e Informação*, v. 11, n. 55, p. 36-52, 2022. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/reis/article/view/13097>. Acesso em: 27 jun. 2025.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed e Bookman, 2007.

DIRETRIZ PM 3-006/02-21. **Regulamenta o uso de mídias sociais e aplicativos de mensagem pelos policiais militares do Estado de São Paulo**. São Paulo, 29 dez. 2021. Disponível em: <https://renanfarah.com.br/blog/uso-de-midias-sociais-e-aplicativos-mensageiros-por-policiais-militares-de-sao-paulo/>. Acesso em: 27 jun. 2025.

FBSP – **Fórum Brasileiro De Segurança Pública**. Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2023. São Paulo: FBSP, 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GOIÁS. Polícia Militar. **Procedimento Operacional Padrão**. 4. ed. Goiânia: PMGO, 2023.

GOMES, Pedro Ivo Jorge; FREITAS, Ana Maria Lacerda de. **Reação social diante da criminalidade em Montes Claros**. *Revista Espacios*, v. 37, n. 2, p. 23, 2016. Disponível em: <https://www.revistaespacios.com/a16v37n02/16370224.html>. Acesso em: 22 jun. 2025.

JACOBS, Jane. **Morte e Vida de Grandes Cidades**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2017 (reimpressão).

LIMA, Mirian Assumpção e. **Mídias sociais no policiamento: um estudo sob a lente da prática**. 2018. Dissertação (Mestrado em Administração Pública e Governo) — Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getulio Vargas, São Paulo, 2018.

MARTINS, R. **Comunicação institucional em organizações militares: desafios e perspectivas**. Escola de Comando e Estado-Maior do Exército, Rio de Janeiro, 2022.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, ambientes e redes**. 2.Ed.Petropolis, RJ: Vozes, 2014.

PENHA, Marcelo; PENHA, Renato; ANDRADE, Diego César Terra de. **Inovação em serviços de comunicação: utilização das mídias sociais na redução do índice criminal.** *Revista Brasileira de Estudos de Segurança Pública – REBESP*, v. 13, n. 1, 2020. DOI: <https://doi.org/10.29377/rebsp.v13i1.398>

PMGO. Polícia Militar do Estado de Goiás. **Relatório institucional e diretrizes de comunicação social 2021.** Goiânia: PMGO, 2021.

REIS, Renata de Lima; FONTES, Rodrigo de Souza. **O uso das redes sociais como ferramenta de aproximação entre polícia e comunidade.** *Revista Brasileira de Segurança Pública*, v. 13, n. 2, p. 64–81, 2019. Disponível em: <https://revista.forumseguranca.org.br/index.php/rbsp/article/view/969>. Acesso em: 28 jun. 2025.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

RECUERO, Raquel; BASTOS, Marco; ZAGO, Gabriela. **Mídias sociais e sociedade em rede.** Porto Alegre: Sulina, 2015.

RENÓ, Adriano Castilho. **O uso das redes sociais por militares e suas repercussões disciplinares e criminais.** *JusBrasil*, 25 nov. 2022. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/o-uso-das-redes-sociais-por-militares-e-suas-repercussoes-disciplinares-e-criminais/3050758116>. Acesso em: 12 jun. 2025.

SILVA, Rafael C. **Comunicação institucional e mídias digitais: o papel das redes na construção da imagem pública.** *Revista Brasileira de Administração Pública*, v. 56, n. 3, p. 442-460, 2022.

SKOGAN, Wesley G. **Policing and community in Chicago: a tale of three cities.** Oxford: Oxford University Press, 2019.

SOUSA FERREIRA, Daniel Victor; BATISTA OLIVEIRA, Lucila; CARVALHO, Luciana; RODRIGUES DE OLIVEIRA, Cintia. **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*, [S. l.], v. 16, n. 3, p. 112–137, 2022. DOI: 10.31060/rbsp.2022.v16.n3.1661. Disponível em: <https://revista.forumseguranca.org.br/rbsp/article/view/1661>. Acesso em: 20 jun. 2025.

TAVARES, Lara Francielly Santos; PIMENTEL, Kellen Aguiar Fragoso; AMORIM, Maxiany Brito. **A utilização das redes sociais como ferramenta de informação e aproximação popular para desmistificação da atividade-fim da Polícia Militar.** *Revista Instituto Brasileiro de Segurança Pública*, v. 6, n. 14, p. 1–15, jan./abr. 2023. Disponível em: <https://revista.ibsp.org.br/index.php/RIBSP/article/view/182/153>. Acesso em: 22 jun. 2025.

TOCANTINS. **Comunicação Organizacional.** Curso de Aperfeiçoamento de Praças. Módulos 1 a 4. 25p. 2022.