

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



**TIAGO PEREIRA ALVES FILHO**

**MÍDIAS SOCIAIS E O DESAFIO DO CONTROLE DA  
INFORMAÇÃO NO POLICIAMENTO**

GOIÂNIA-GO  
2025  
**TIAGO PEREIRA ALVES FILHO**

# **MÍDIAS SOCIAIS E O DESAFIO DO CONTROLE DA INFORMAÇÃO NO POLICIAMENTO**

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. Cleber Carvalho Rodrigues.

GOIÂNIA-GO  
2025 □

**MÍDIAS SOCIAIS E O DESAFIO DO CONTROLE DA INFORMAÇÃO NO  
POLICIAMENTO**

**SOCIAL MEDIA AND THE CHALLENGE OF  
INFORMATION CONTROL IN POLICING**

Tiago Pereira Alves Filho  
Cleber Carvalho Rodrigues

## **Resumo**

Este artigo analisa os desafios do controle e da gestão da informação nas mídias sociais pelas Polícias Militares, com foco na realidade da PMGO. Adota abordagem qualitativa, de caráter exploratório-descritivo, baseada em revisão bibliográfica e documental, com análise de conteúdo. As experiências da PMESP e da PMTO indicam que Facebook, Instagram, X e YouTube ampliam transparência, legitimidade

e diálogo comunitário, mas também criam riscos operacionais: desinformação, boatos, exposição indevida de estratégias e “vácuo informacional” quando a instituição tarda a se posicionar. Os achados destacam boas práticas como monitoramento contínuo das redes, fluxos de resposta rápida, equipes capacitadas e linguagem acessível, aliados a diretrizes éticas e legais. Identificam-se lacunas na PMGO quanto à formalização de uma política integrada de comunicação, padronização de procedimentos e infraestrutura específica. Propõe-se um plano sustentado em três eixos — monitoramento, resposta e avaliação, para equilibrar transparência e segurança institucional, fortalecer a confiança pública e prevenir crises reputacionais. Conclui-se que o controle da informação é função estratégica da segurança pública e requer institucionalização, capacitação e uso criterioso de tecnologias comunicacionais.

**Palavras-chave: Mídias Sociais; Polícia Militar; Gestão da Informação; Comunicação Institucional; Fake News.**

### **Abstract**

This article examines the challenges of information control and management on social media by Brazilian Military Police forces, focusing on Goiás’s context. It employs a qualitative, exploratory-descriptive design grounded in bibliographic and documentary review, using content analysis. Evidence from São Paulo (PMESP) and Tocantins (PMTO) shows that platforms such as Facebook, Instagram, X, and YouTube enhance transparency, legitimacy, and community engagement, while introducing operational risks: disinformation, rumors, undue exposure of tactics, and an “information vacuum” when official responses are delayed. Findings highlight good practices—continuous social-media monitoring, rapid-response workflows, trained communication teams, and plain, audience-oriented language—underpinned by ethical-legal guidelines. The study identifies gaps within PMGO regarding a formal, integrated communication policy, standardized procedures, and dedicated infrastructure. It proposes a plan structured around three pillars—monitoring, response, and evaluation—to balance transparency and institutional security, strengthen public trust, and prevent reputational crises. The article concludes that information control is a strategic function of public security and demands institutionalization, capacity building, and judicious use of communication technologies.

**Keywords:** Social Media; Military Police; Information Management; Institutional Communication; Disinformation.

## 1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a evolução das tecnologias da informação e comunicação (TIC) e a popularização das mídias sociais modificaram de maneira profunda a dinâmica de interação entre instituições públicas e a sociedade. No contexto da segurança pública, a Polícia Militar brasileira passou a utilizar plataformas como Facebook, Instagram, Twitter e YouTube como ferramentas estratégicas para fortalecer a aproximação com a comunidade, divulgar ações institucionais e promover campanhas de conscientização social (Penha et al., 2020).

A inclusão das mídias sociais nas estratégias comunicacionais da Polícia Militar representou um avanço significativo na forma como a instituição se relaciona com a sociedade, pois, de acordo com Tavares et al. (2023), essas plataformas ampliaram o alcance das mensagens institucionais e viabilizaram a criação de canais diretos de diálogo com os cidadãos, o que resultou em um fortalecimento da imagem institucional, da legitimidade perante a opinião pública e da aproximação efetiva entre a corporação e as comunidades atendidas.

Apesar dos benefícios, há também desafios trazidos por esse cenário, principalmente quando se diz respeito ao controle e gestão da informação, pois com a rapidez que as informações circulam nas redes há riscos operacionais que podem ser consideráveis. Entre os principais problemas que a Polícia Militar pode enfrentar, há a disseminação de falsas notícias, como as chamadas *fake news*; propagação de boatos a respeito de ocorrências que ainda estão em andamento e a indevida exposição de estratégias operacionais. Esses são os fatores que podem comprometer a eficiência das ações policiais e ainda colocar em risco tanto a segurança dos agentes quanto da população (Tavares et. al., 2023)

Penha et al. (2020) alertam que, devido à rapidez e ao alcance das mídias digitais, falhas na comunicação podem ganhar grandes proporções e comprometer a credibilidade institucional. Diante disso, a gestão da informação torna-se estratégica, exigindo protocolos definidos, equipes capacitadas e monitoramento contínuo das redes.

Experiências de instituições como a Polícia Militar do Estado de São Paulo (PMESP) e a Polícia Militar do Tocantins (PMTO) demonstram que o uso planejado e responsável das

mídias sociais pode trazer resultados positivos. A PMESP, por exemplo, utiliza suas redes sociais como instrumento de aproximação com a comunidade e de divulgação de ações preventivas (PENHA et al., 2020). Já a PMTO destaca-se por desenvolver campanhas de desmistificação da atividade policial, buscando fortalecer a imagem institucional e combater a desinformação (Tavares et al., 2023).

No entanto, apesar dessas boas práticas, o desafio do controle da informação permanece presente. Conforme argumenta Gil (2010), toda organização pública precisa estabelecer critérios claros para a comunicação social, especialmente em cenários de crise ou alta demanda informacional. No âmbito da Polícia Militar de Goiás (PMGO), esse desafio se torna ainda mais relevante diante da carência de estudos específicos sobre a gestão da informação nas mídias sociais no contexto local.

Diante dessa realidade, o presente artigo tem como objetivo central analisar os desafios enfrentados pela Polícia Militar no controle e na gestão da informação disseminada pelas mídias sociais, com foco nos impactos sobre a segurança pública e a eficácia do policiamento ostensivo. A pesquisa justifica-se pela necessidade de fornecer subsídios teóricos e práticos que auxiliem a PMGO a aperfeiçoar suas estratégias de comunicação institucional, minimizando os riscos decorrentes da circulação de informações sensíveis e promovendo uma gestão mais eficiente e segura do fluxo informacional.

Para atingir o objetivo proposto, a pesquisa adota uma abordagem qualitativa, com método exploratório-descritivo, fundamentada em revisão bibliográfica e análise documental de casos de outras corporações militares, sendo que as experiências da PMESP e da PMTO, bem como os estudos acadêmicos de autores como Penha et al. (2020), Tavares et al. (2023), servirão de base para a análise.

Ao final, espera-se que os resultados desta pesquisa possam contribuir para o desenvolvimento de políticas de comunicação mais eficientes no âmbito da Polícia Militar de Goiás, promovendo uma gestão informacional capaz de equilibrar a necessidade de transparência com a preservação da segurança institucional e da sociedade.

## **2 REVISÃO TEÓRICA**

### **2.1 Mídias Sociais como Ferramenta Estratégica da Comunicação Policial**

Ao longo dos anos, a Polícia Militar teve uma mudança em sua forma de comunicação

institucional, pois, enquanto inicialmente a divulgação de suas ações se dava por meio de canais tradicionais como jornais, rádio e televisão, nas últimas décadas, com o avanço da internet e a popularização das mídias sociais, as corporações passaram a utilizar novas ferramentas para se aproximar da sociedade e divulgar suas ações de forma mais ágil e interativa (Tavares et al., 2023).

A Polícia Militar do Tocantins (PMTO) exemplifica bem essa mudança. A corporação utiliza redes como Facebook, Instagram, Twitter e YouTube para divulgar informações institucionais, campanhas educativas e até o desenrolar de ocorrências em tempo real (Tavares et al., 2023, p. 67).

A experiência da Polícia Militar do Estado de São Paulo (PMESP) também é referência na gestão da comunicação via mídias sociais. Penha et. al. (2020) destacam que a PMESP utiliza essas ferramentas não apenas para informar a sociedade, mas também como estratégia para reduzir índices criminais por meio da participação ativa da população e da disseminação de orientações de segurança.

Além dos benefícios de aproximação com a comunidade, a comunicação digital trouxe à tona novos desafios. Conforme Porto (2013 apud Tavares et al., 2023, p. 65), as mídias sociais “possibilitam a viralização da informação e também a comunicação boca-a-boca, uma vez que, as informações visualizadas nas mídias sociais são replicadas em conversas informais no cotidiano das pessoas”.

Com a velocidade da disseminação dos conteúdos, a corporação policial deve manter uma estrutura de comunicação que esteja bem definida, com políticas internas que sejam claras sobre a produção, validação e divulgação das informações. Como observa Silva e Lobão (2020, apud Tavares et. al. 2023), a velocidade com que o ser humano processa informações visuais nas redes sociais amplia o impacto das mensagens, sejam elas positivas ou negativas, sobre a imagem institucional das Polícias Militares. Diante disso, faz-se importante a gestão comunicacional por parte da Polícia Milita, pois o planejamento das mídias sociais pode fortalecer a confiança da população e melhorar a transparência institucional, desde que haja controle rigoroso sobre o conteúdo publicado e uma resposta rápida frente a crises informacionais.

## **2.2 Fake News e Policiamento: Desafios Comunicacionais em Ambientes Digitais**

A propagação acelerada de conteúdos, muitas vezes sem verificação de veracidade, pode gerar sérias distorções sobre a atuação da Polícia Militar. Tavares et al. (2023, p. 67) apontam que a grande circulação de informações, verdadeiras ou falsas, representa um risco iminente de crises institucionais, exigindo ações rápidas por parte da corporação.

Penha et al. (2020, p. 6) reforçam a importância de um gerenciamento criterioso das mídias sociais, alertando que a divulgação de informações imprecisas pode provocar pânico e confusão entre a população. Por isso, o combate à desinformação nas redes sociais tornou-se um dos principais desafios da comunicação institucional das Polícias Militares.

## **2.3 Boas Práticas de Comunicação Institucional no Controle da Informação**

A fim de enfrentar os riscos decorrentes da má gestão informacional, as Polícias Militares têm adotado boas práticas de comunicação institucional e isso pode ser exemplificado pela atuação da PMESP, que utiliza as mídias sociais como ferramenta de conscientização social e redução da criminalidade. Penha et al. (2020, p. 4) destacam que a instituição busca estimular a participação ativa da população

na segurança pública por meio de orientações e campanhas preventivas.

No Tocantins, a PMTO também tem avançado nesse aspecto. Tavares et al. (2023) relatam que a corporação investe na produção de materiais audiovisuais com linguagem simples e acessível, além de reforçar ações de aproximação com a comunidade para combater a desinformação.

Conforme Tavares et al. (2023), outra boa prática é o monitoramento constante das redes sociais, uma vez que esse acompanhamento permite que a instituição identifique rapidamente a circulação de conteúdos falsos e atue com agilidade para neutralizar seus efeitos. Os autores ainda recomendam que as Polícias Militares promovam a capacitação contínua dos profissionais responsáveis pela comunicação social, garantindo que eles estejam preparados para lidar com os desafios do ambiente digital.

#### **2.4 Comunicação de Crise no Contexto Policial Militar: Monitoramento e Resposta Rápida nas Redes Sociais**

As mídias sociais, embora representem canais estratégicos para a aproximação com a comunidade, também são espaços onde boatos, notícias falsas e interpretações equivocadas ganham rápida repercussão, e isso tornou-se uma das principais preocupações das Polícias Militares no ambiente digital. Essa realidade obriga as corporações a adotarem procedimentos específicos para monitoramento, resposta rápida e neutralização de conteúdos que possam comprometer a segurança pública e a imagem institucional.

Segundo Penha, Penha e Andrade (2020, p. 6), o gerenciamento das mídias sociais na Polícia Militar do Estado de São Paulo (PMESP) é orientado por diretrizes que buscam, entre outros objetivos, mitigar os efeitos negativos da propagação de informações imprecisas. Os autores alertam que "a má gestão da informação pode causar pânico coletivo e confusão social, especialmente quando envolvem temas de segurança pública em andamento". Essa constatação evidencia a necessidade de uma atuação proativa das corporações policiais diante de cenários de crise informacional.

A comunicação de crise no contexto policial requer o desenvolvimento de protocolos internos claros e bem definidos. Tavares et al. (2023, p. 67) destacam que a Polícia Militar do Tocantins (PMTO), ao perceber o potencial das mídias sociais como fator de risco, criou estratégias para ampliar o monitoramento em tempo real das plataformas

digitais. Entre essas estratégias, destaca-se a adoção de fluxos de resposta rápida, com a produção de conteúdos esclarecedores sempre que algum fato envolvendo a instituição ganha repercussão nas redes.

Monitorar constantemente as redes sociais é apontado por Silva e Lobão (2020 apud Tavares et. al., 2023) como uma prática essencial para a gestão da informação nas Polícias Militares. Para os autores, a análise em tempo real do conteúdo que circula nas redes permite que a corporação antecipe possíveis crises, atue na contenção de boatos e promova a correta orientação da população. Ainda segundo os autores, "a velocidade com que o ser humano processa as informações visuais nas redes sociais amplia o alcance e o impacto de conteúdos negativos", exigindo resposta institucional imediata.

Algo importante a ser considerado nas estratégias de comunicação de crise é a linguagem adotada nas postagens oficiais. Miranda (2019, apud Tavares et al., 2023), defende que a comunicação deve ser clara, objetiva e adaptada ao público-alvo das redes sociais. Segundo o autor, a escolha inadequada de termos ou a demora na emissão de uma resposta oficial pode agravar a percepção negativa sobre a instituição.

No caso da PMESP, Penha et al. (2020, p. 7) relatam que a corporação mantém uma equipe de profissionais treinados para atuar exclusivamente na gestão das redes sociais, monitorando em tempo integral os conteúdos relacionados à segurança pública e respondendo de forma rápida a situações que envolvam crises institucionais. Essa equipe tem como atribuição identificar boatos, analisar o potencial de repercussão e elaborar respostas alinhadas com os princípios da comunicação pública.

Outro ponto a ser destacado é a adoção de uma política transparente durante as crises, pois, conforme evidenciado por Tavares et al. (2023), ao fornecer informações oficiais de forma ágil e precisa, a PMTO conseguiu reduzir os níveis de desinformação e fortalecer a confiança da população nas ações da Polícia Militar, demonstrando que o silêncio institucional ou a demora em se posicionar publicamente pode gerar um vácuo informacional onde *fake news* e boatos tendem a prosperar.

## **2.5 Gestão de Imagem e a Construção da Legitimidade Policial**

Em um cenário marcado pela velocidade das mídias sociais, a forma como a Polícia Militar constrói sua imagem e responde publicamente é crucial para manter a confiança da sociedade e a legitimidade de suas ações. Penha, Penha e Andrade (2020, p. 11) destacam que a gestão da imagem institucional vai além da simples divulgação de ações positivas, trata-se de uma estratégia contínua de fortalecimento da credibilidade, na qual a Polícia Militar busca transmitir segurança, transparência e proximidade com os cidadãos. Essa construção é realizada, em grande parte, pelas equipes de comunicação social, que devem adotar uma postura ética e proativa na produção de conteúdos para as mídias digitais.

Um exemplo claro dessa preocupação é a atuação da Polícia Militar do Estado de São Paulo (PMESP). Conforme apontam Penha et al. (2020, p. 12), a PMESP tem utilizado as mídias sociais para reforçar sua imagem institucional, divulgando campanhas de prevenção, ações sociais e operações de sucesso. Essa estratégia tem como objetivo principal consolidar a imagem de uma instituição preocupada com o bem-estar da comunidade.

Da mesma forma, a Polícia Militar do Tocantins (PMTO) investe na humanização da sua comunicação institucional. Tavares et al. (2023, p. 67) relatam que a PMTO tem utilizado uma linguagem acessível e visualmente atrativa em suas redes sociais, com foco em aproximar a corporação da população. Segundo os autores, essa abordagem contribui para reduzir as barreiras de comunicação e estimular uma percepção mais positiva da Polícia Militar junto aos cidadãos.

Além de produzir o conteúdo, a gestão da imagem institucional deve envolver o acompanhamento das interações com o público nas redes sociais, pois isso é essencial para avaliar o impacto das mensagens e ajustar a comunicação conforme a necessidade, permitindo que a corporação identifique rapidamente eventuais desgastes de imagens e adote medidas corretivas em tempo hábil (Silva e Lobão 2020 apud Tavares et. al., 2023).

Outro fator relevante é a gestão das crises de reputação, uma vez que omitir ou demorar para prestar esclarecimentos em situações que possam prejudicar a imagem da constituição pode gerar efeitos negativos e ampliar a desconfiança social, abrindo espaço para a circulação de informações falsas (Penha et al., 2020).

Tavares et al. (2023, p. 66) reforçam que a credibilidade da Polícia Militar depende de um diálogo constante com a

sociedade, especialmente nos momentos de crise. Os autores argumentam que a comunicação eficaz, aliada à postura transparente da instituição, é capaz de minimizar os impactos negativos e restaurar a confiança da população.

A Polícia Militar de Goiás pode aprimorar sua comunicação institucional ao adotar práticas eficazes de outras corporações, como a elaboração de um plano integrado de gestão de imagem, investindo em conteúdo qualificado, monitoramento contínuo das redes sociais e respostas rápidas a crises, estratégias essenciais para fortalecer a relação com a sociedade e consolidar uma imagem pública de confiança.

### **3 METODOLOGIA**

A presente pesquisa adota uma abordagem qualitativa, cujo caráter é exploratório-descritivo. A opção por essa abordagem justifica-se pela natureza do tema, que envolve análise de percepções, práticas institucionais e desafios operacionais no âmbito da comunicação social das Polícias Militares. Segundo Gil (2010), a pesquisa exploratória visa proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito, enquanto a pesquisa descritiva tem como objetivo descrever as características de determinado fenômeno.

A coleta de dados foi realizada por meio de revisão bibliográfica e documental. A revisão bibliográfica incluiu livros, artigos científicos e materiais acadêmicos que abordam a temática da comunicação institucional, gestão da informação, segurança pública e o uso das mídias sociais pelas instituições policiais. Dentre os principais materiais utilizados, destacam-se os estudos de Penha et. al. (2020), que analisam a utilização das mídias sociais pela Polícia Militar do Estado de São Paulo (PMESP), e de Tavares et al. (2023), que apresentam a experiência da Polícia Militar do Tocantins (PMTO) na aproximação com a comunidade por meio das redes sociais.

Além da literatura acadêmica, também foram analisados documentos institucionais e normativos relacionados às diretrizes de comunicação das Polícias Militares. Essa análise documental buscou compreender as práticas atualmente adotadas pelas corporações para o controle da informação em ambiente digital. Segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 83), a pesquisa documental consiste no exame de documentos oficiais, permitindo a identificação de padrões, diretrizes e políticas institucionais.

A pesquisa considerou as recomendações de autores como Silva e Lobão (2020), citados por Tavares et al. (2023), que destacam a importância do monitoramento constante das redes sociais como estratégia para a gestão de crises informacionais, examinando assim as estratégias de monitoramento e resposta rápida descritas nos estudos sobre a PMESP e a PMTO.

A análise dos dados foi realizada por meio da técnica de interpretação de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2011), a qual permite a identificação de categorias temáticas relevantes, facilitando a compreensão dos desafios enfrentados pelas Polícias Militares no controle da informação nas mídias sociais. Segundo Bardin (2011), a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que visa obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos, a descrição do conteúdo das mensagens.

Os critérios escolhidos para a inclusão das fontes foram documentos publicados a partir de 2019, com foco na comunicação institucional em segurança pública e que abordassem experiências concretas de Polícias Militares brasileiras, sendo excluídos os materiais que tratassem exclusivamente de outras instituições de segurança pública ou que abordassem a comunicação institucional sem relação com as mídias sociais.

Com essa metodologia, espera-se alcançar uma compreensão aprofundada sobre como a PMGO pode aprimorar sua política de comunicação institucional, mitigando riscos operacionais e fortalecendo a relação com a comunidade por meio de uma gestão eficiente da informação nas mídias sociais.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

### **4.1 Avanços Tecnológicos e o Novo Perfil Comunicacional das Polícias Militares**

A análise dos dados coletados aponta que as Polícias Militares brasileiras têm avançado significativamente na utilização das mídias sociais como instrumentos estratégicos de comunicação. Plataformas como Facebook, Instagram e Twitter deixaram de ser meramente canais de divulgação de ocorrências e passaram a integrar as políticas institucionais de relacionamento com a sociedade. Experiências bem-sucedidas da Polícia Militar do Estado de São Paulo (PMESP) e da Polícia Militar do Tocantins (PMTO) demonstram como a

presença digital pode contribuir para aumentar a transparência, legitimar as ações policiais e fortalecer a imagem institucional (PENHA et al., 2020; TAVARES et al., 2023).

Na prática, corporações como a PMESP utilizam as redes sociais para promover interação com a população, divulgar operações bem-sucedidas, esclarecer boatos e difundir orientações e campanhas educativas de segurança pública, enquanto a PMTO se destaca pelo uso de uma linguagem acessível e recursos audiovisuais simples, aproximando-se do cidadão por meio de uma comunicação mais humanizada. Ambos os casos indicam que a adoção estratégica das mídias sociais pode aproximar a polícia da comunidade e estimular uma cultura de prevenção e cooperação.

Entretanto, a consolidação dessas práticas enfrenta contradições estruturais, pois muitas Polícias Militares, especialmente fora dos grandes centros, ainda operam com carência de recursos humanos especializados e infraestrutura adequada para gerir a comunicação digital. A ausência de políticas padronizadas de produção e validação de conteúdo, somada à rotatividade de pessoal nas assessorias de comunicação, compromete a consistência das mensagens e aumenta o risco de falhas institucionais. Outro desafio refere-se à dualidade entre o imediatismo das redes sociais e os protocolos burocráticos internos, que por vezes retardam o posicionamento público frente a fatos de grande repercussão. Portanto, o avanço das Polícias Militares no campo da comunicação digital é inegável, mas precisa ser acompanhado de investimentos em planejamento estratégico, formação continuada e institucionalização de diretrizes claras. Caso contrário, os mesmos canais que promovem aproximação com a sociedade podem se tornar fontes de crise e desgaste à imagem institucional.

## **4.2 Desinformação, Fake News e a Fragilidade das Estruturas de Resposta**

A rápida disseminação de informações nas redes sociais tornou o combate à desinformação um dos maiores desafios da Polícia Militar recentemente, pois dados documentais indicam que a circulação constante de *fake news*, boatos e interpretações equivocadas de vídeos e imagens, especialmente sobre ações policiais, exige que a comunicação institucional atue preventivamente, monitorando o ambiente digital e respondendo com agilidade a conteúdos sensíveis.

A PMESP reconhece essa fragilidade e, por isso, mantém

uma equipe especializada no gerenciamento de redes, que atua em tempo real para desmentir boatos, esclarecer a população e evitar o agravamento de crises de imagem. Essa estrutura possibilita à corporação uma resposta qualificada e rápida, impedindo que narrativas equivocadas ganhem força ou prejudiquem investigações e operações em andamento. Já a PMTO tem apostado em campanhas permanentes de conscientização da população quanto à checagem de fontes e uso responsável das redes sociais (TAVARES et al., 2023).

No entanto, a realidade da maioria das Polícias Militares brasileiras, incluindo a PMGO, ainda está distante desses modelos de excelência. A análise das fontes revela que a ausência de protocolos bem definidos de comunicação de crise e de equipes treinadas para atuar em ambientes digitais amplia a vulnerabilidade institucional. Quando não há resposta institucional rápida diante de um conteúdo falso, o que se instala é o chamado vácuo informacional, um espaço ocupado por versões não oficiais, muitas vezes distorcidas, que podem gerar pânico social, deslegitimar a ação policial e alimentar discursos de descrédito.

Outro ponto crítico é o uso indevido das redes sociais por parte de terceiros, incluindo policiais fora de serviço, que emitem opiniões pessoais ou publicam conteúdos operacionais sem autorização, contribuindo para a difusão de informações imprecisas, o que pode acabar fragilizando o controle interno sobre a informação e pode acarretar consequências administrativas e jurídicas à instituição.

Dessa forma, enfrentar a desinformação exige uma atuação sistêmica que, além da criação de perfis oficiais, envolve a construção de uma política de comunicação integrada com treinamento, monitoramento, fluxos de resposta e diretrizes disciplinares claras, de modo que a comunicação seja entendida como parte integrante da segurança pública e não apenas como um serviço acessório ou protocolar.

### **4.3 Gestão da Informação e Construção da Confiança Institucional**

A confiança pública, essencial à legitimidade das Polícias Militares, é fortemente impactada pela maneira como comunicam suas ações e gerenciam informações nas mídias sociais, e a pesquisa demonstrou que o controle eficaz da informação é decisivo para fortalecer ou comprometer a imagem institucional perante a sociedade.

Com a ampliação da presença policial nas redes sociais, a

gestão da comunicação vai além da assessoria de imprensa tradicional, pois não se trata apenas de divulgar campanhas ou informar resultados de operações, mas de assumir uma postura ativa e estratégica na mediação do discurso institucional perante a opinião pública, de modo que o controle da informação não implica censura ou omissão de dados, mas o estabelecimento de critérios claros sobre como, quando e por que a Polícia Militar se manifesta no ambiente digital.

As experiências analisadas da Polícia Militar do Estado de São Paulo (PMESP) e da Polícia Militar do Tocantins (PMTO) apontam que a gestão bem estruturada da informação pode consolidar a credibilidade da corporação mesmo em momentos de crise. A PMESP, por exemplo, mantém uma equipe dedicada exclusivamente à comunicação institucional, composta por profissionais capacitados para analisar contextos, antecipar repercussões e elaborar respostas alinhadas aos valores da corporação (PENHA et al., 2020). Já a PMTO investiu em campanhas de educação midiática, ensinando a população a diferenciar informações oficiais de boatos, além de criar canais de escuta ativa para avaliar o impacto de suas postagens e ações comunicacionais (TAVARES et al., 2023).

Tais estratégias demonstram que controlar as informações é uma função estratégica de inteligência institucional que permite que a Polícia Militar compreenda o fluxo de informações que circulam sobre sua atuação, identifique oportunidades de engajamento social, neutralize ameaças comunicacionais e reforce valores institucionais como legalidade, ética, responsabilidade e proximidade com o cidadão.

Na outra ponta, a ausência desse controle pode ter efeitos devastadores, uma vez que a omissão diante de situações críticas, a lentidão em responder a crises ou a publicação de conteúdos mal formulados abrem espaço para a desinformação, para interpretações equivocadas e para o fortalecimento de discursos de deslegitimação da instituição, o que enfraquece a autoridade policial e cria rupturas na relação de confiança entre a corporação e a sociedade.

Nesse sentido, torna-se evidente que o controle da informação envolve não apenas a produção de conteúdo, mas também a gestão da sua circulação e do seu impacto. A adoção de um modelo de comunicação baseado em três eixos — monitoramento, resposta e avaliação — mostrou-se eficaz nas corporações analisadas. O monitoramento consiste no acompanhamento contínuo das menções à instituição nas

redes sociais, permitindo a identificação de potenciais crises e a detecção de boatos ainda em estágio inicial. A resposta envolve a elaboração e publicação de conteúdos institucionais que esclareçam fatos, desmintam *fake news* ou ofereçam dados concretos à população. Já a avaliação é o processo sistemático de análise do engajamento das postagens, dos comentários da sociedade e da repercussão dos temas abordados, de modo a ajustar as estratégias futuras.

Além de controlar crises, o controle informacional possui papel essencial na construção proativa da imagem institucional, uma vez que, havendo comunicação clara, constante e humanizada pela Polícia Militar, transmite-se a mensagem de acessibilidade, eficiência e respeito ao cidadão, reforçando o sentimento de pertencimento da comunidade e contribuindo para a consolidação de uma cultura de segurança participativa.

Outro aspecto que merece destaque é o papel da linguagem institucional nesse processo, já que, conforme observado na literatura, a forma como a Polícia Militar se expressa nas redes sociais impacta profundamente na forma como é percebida. Uma linguagem excessivamente técnica ou autoritária pode gerar distanciamento e reforçar estereótipos de repressão, enquanto, por outro lado, uma comunicação adaptada aos diferentes públicos, com clareza, empatia e objetividade, aproxima a corporação da sociedade, gerando confiança e cooperação.

A análise das práticas da PMESP e da PMTO revela que o uso de linguagem acessível, conteúdo visual atrativo e mensagens alinhadas aos valores institucionais tem sido fundamental para o êxito comunicacional, pois, ao investir em vídeos curtos e postagens que destacam o policial como protetor da comunidade, essas corporações promovem a humanização da imagem policial e contribuem para a desconstrução de estigmas negativos.

É fundamental que o controle da informação respeite os limites éticos e legais da comunicação pública, equilibrando transparência com responsabilidade, pois a exposição indevida de dados sigilosos, estratégias operacionais ou informações sensíveis pode comprometer investigações, colocar vidas em risco e gerar implicações jurídicas para a instituição.

No caso da Polícia Militar de Goiás (PMGO), a pesquisa evidenciou que ainda há um caminho a ser percorrido para alcançar o nível de estruturação observado em outras corporações. A ausência de uma política formalizada de comunicação institucional, a inexistência de equipe

especializada e a escassez de protocolos de monitoramento e resposta dificultam o controle eficaz da informação e reduzem a capacidade da PMGO de construir uma imagem institucional sólida. Nesse cenário, é urgente a elaboração de um plano de comunicação que contemple os princípios aqui analisados, adaptados à realidade local.

A adoção de uma política institucional de controle da informação, que una tecnologia, capacitação, padronização e escuta ativa, é condição essencial para que a PMGO possa consolidar-se como uma instituição transparente, confiável e alinhada às demandas de uma sociedade conectada e participativa.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A presente pesquisa evidenciou que o uso das mídias sociais pela Polícia Militar representa, ao mesmo tempo, um avanço significativo no campo da comunicação institucional e um desafio complexo para o controle da informação. Ao longo do estudo, verificou-se que plataformas como Facebook, Instagram e Twitter deixaram de ser apenas canais de divulgação para se consolidarem como instrumentos estratégicos de aproximação com a sociedade, capazes de fortalecer a legitimidade institucional, aumentar a transparência e fomentar a participação cidadã na segurança pública.

Por outro lado, a análise também demonstrou que a rapidez e o alcance das redes sociais potencializam riscos relacionados à disseminação de fake news, boatos e interpretações equivocadas de fatos, os quais podem comprometer tanto a imagem da corporação quanto a eficácia das operações policiais. As experiências da Polícia Militar do Estado de São Paulo e da Polícia Militar do Tocantins mostraram-se exemplos de boas práticas que podem ser adaptadas e replicadas, sobretudo no que se refere ao monitoramento contínuo, à adoção de protocolos claros de resposta e ao investimento em equipes especializadas.

Constatou-se, ainda, que a gestão da informação deve ser entendida como parte integrante da atividade policial, não se limitando à divulgação de ações positivas, mas abrangendo a criação de fluxos comunicacionais que equilibrem transparência, responsabilidade e segurança institucional. Nesse sentido, o controle da informação não se confunde com censura, mas com a necessidade de estabelecer critérios objetivos para a comunicação pública, evitando o vácuo

informativa que favorece a propagação de notícias falsas.

No caso da Polícia Militar de Goiás, o estudo revelou a necessidade urgente de institucionalizar políticas de comunicação mais consistentes, com foco na formação de equipes capacitadas, na padronização de procedimentos e no uso de tecnologias adequadas para monitoramento e resposta em tempo real. Tais medidas são fundamentais para que a instituição consiga enfrentar os desafios impostos pelo ambiente digital e construir uma relação de maior confiança e proximidade com a sociedade.

Por fim, conclui-se que a consolidação de uma política de comunicação eficiente e responsável no âmbito das Polícias Militares brasileiras passa pelo reconhecimento do papel estratégico das mídias sociais no policiamento contemporâneo. O investimento em gestão informativa qualificada é condição essencial para que essas corporações se mantenham transparentes, legítimas e alinhadas às demandas de uma sociedade cada vez mais conectada e exigente quanto à atuação das instituições públicas.

## **REFERÊNCIAS**

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

PENHA, Jéssica Suellen de Oliveira; PENHA, Jéssica Souza de Oliveira; ANDRADE, Natália Alves de. As mídias sociais digitais como ferramenta de comunicação institucional da Polícia Militar de São Paulo: análise de conteúdo das postagens de 2019. **Revista Brasileira de Estudos de Segurança Pública**, Belo Horizonte, v. 13, n. 1, p. 1-15, jan./jun. 2020.

TAVARES, Rafael da Silva; et al. **Comunicação institucional nas Polícias Militares: desafios e boas práticas no uso das mídias sociais**. Palmas: Editora PMTO, 2023.

