



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



CICYLIA SILVEIRA DE LIMA

**O IMPACTO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PMGO NO POLICIAMENTO
COMUNITÁRIO**

GOIÂNIA-GO

2025

CICYLIA SILVEIRA DE LIMA

**O IMPACTO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PMGO NO POLICIAMENTO
COMUNITÁRIO**

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

**O IMPACTO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PMGO NO POLÍCIAMENTO
COMUNITÁRIO**
**THE IMPACT OF THE SOCIAL COMMUNICATION OF PMGO ON
COMMUNITY POLICING**

Cicylia Silveira de Lima¹

Márcio Antônio de Paula²

Resumo:

O presente trabalho analisou o impacto da Comunicação Social da Polícia Militar do Estado de Goiás (PMGO), por meio da Seção PM5, na consolidação do policiamento comunitário e no fortalecimento da imagem institucional da Corporação. A pesquisa adotou abordagem qualitativa, com base em revisão bibliográfica e na realização de uma entrevista semiestruturada com a Subchefe da PM5. A análise demonstrou que a comunicação institucional exerce papel estratégico na construção da confiança entre a polícia e a sociedade, sendo fundamental para o sucesso das ações de policiamento de proximidade. Destacaram-se os investimentos da PMGO em tecnologia, capacitação dos policiais e produção de conteúdos voltados à humanização da imagem da Corporação. Por outro lado, identificaram-se desafios relacionados à atuação da imprensa sensacionalista e à disseminação de informações descontextualizadas nas redes sociais, que afetam negativamente a percepção pública. Conclui-se que a comunicação institucional eficaz é elemento essencial para a gestão da imagem, prevenção de crises e promoção de vínculos duradouros com a comunidade.

Palavras-chave: Comunicação institucional; Policiamento comunitário; Polícia Militar; Gestão de imagem; Redes sociais.

Abstract:

This study analyzed the impact of the Social Communication of the Military Police of the State of Goiás (PMGO), through Section PM5, on the consolidation of community policing and the strengthening of the institution's public image. The research adopted a qualitative approach, based on a literature review and a semi-structured interview with the Deputy Chief of PM5. The analysis revealed that institutional communication plays a strategic role in building trust between the police and society, being essential for the effectiveness of proximity policing. The study highlighted PMGO's investments in technology, officer training, and the production of content aimed at humanizing the institution's image. On the other hand, challenges were identified regarding the role of sensationalist media and the spread of decontextualized content on social networks, which negatively impact public perception. It is concluded that effective institutional communication is essential for image management, crisis prevention, and the development of lasting bonds with the community.

Keywords: Institutional communication; Community policing; Military Police; Image management; Social media.

¹ Aluna 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: cicylia_@hotmail.com. Telefone: (64) 98101-6221.

² 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. Telefone: (62) 98313-8355.

1 INTRODUÇÃO

O modelo de policiamento comunitário baseia-se no fortalecimento de laços de cooperação, confiança e aproximação com a sociedade. Entretanto, a maneira sensacionalista com que determinados conteúdos são veiculados pela mídia e pelas redes sociais tem fragilizado essa interação e impactado negativamente a percepção pública acerca da Polícia Militar.

Em meio às transformações na dinâmica informacional da sociedade, impôs-se a necessidade de investigar os impactos que a atuação da mídia e das redes sociais exerce sobre a construção da imagem da segurança pública, o que motivou a formulação do seguinte problema de pesquisa: Como a comunicação social da Polícia Militar do Estado de Goiás (PMGO) influencia a efetividade e a percepção do policiamento comunitário?

O policiamento comunitário constitui uma estratégia voltada ao estreitamento da relação entre polícia e sociedade, com o propósito de estimular a cooperação mútua tanto na prevenção da criminalidade quanto na resolução de demandas locais. Nesse contexto, a comunicação social da PMGO assume relevância central, pois possibilita a difusão de informações, o fortalecimento de vínculos e a consolidação da imagem institucional da Corporação. Analisar de que maneira essa comunicação influencia a prática policial e a percepção da população mostrou-se indispensável para o aprimoramento das políticas públicas de segurança e para o fortalecimento da confiança entre a comunidade e as instituições responsáveis pela ordem pública. A escolha do tema também se justifica pelo crescimento do uso das redes sociais pelas forças de segurança e pela necessidade de transparência e diálogo como princípios norteadores da segurança pública contemporânea.

Assim, o objetivo geral deste estudo consistiu em examinar os impactos das estratégias de comunicação social da PMGO no desenvolvimento e na efetividade do policiamento comunitário. Como objetivos específicos, destacam-se: identificar os principais canais e ferramentas de comunicação utilizados pela PMGO na interação com a comunidade; avaliar a percepção da população a respeito da comunicação social da Corporação; verificar de que modo a comunicação social atua no fortalecimento da confiança entre a polícia e a comunidade; analisar a função da comunicação institucional na promoção da segurança pública, considerando os fundamentos do policiamento comunitário.

A respeito do método adotado, a pesquisa fará uma abordagem qualitativa, com finalidade exploratória e descritiva, conforme os conceitos de Gil (2019), Lakatos e Marconi (2017). A abordagem escolhida permite compreender as percepções, construídas pela Subchefa da Quinta Seção de Estado-Maior Estratégico – PM/5.

A pesquisa foi de abordagem qualitativa, utilizando como ferramenta para a obtenção de dados a entrevista semiestruturada. Procedeu-se à entrevista com a subchefe da PM5 da Polícia Militar do Estado de Goiás envolvida com a comunicação social da instituição. A análise dos dados buscou identificar padrões, percepções e efeitos da comunicação institucional quanto ao vínculo estabelecido entre polícia e sociedade.

A organização do material se deu da seguinte maneira: primeiramente há uma contextualização teórica, a qual aborda os principais conceitos relacionados à sociedade em rede, comunicação, policiamento comunitário, construção de imagem e gerenciamento de crises institucionais; em seguida, se discute a metodologia utilizada e então, destinou-se um capítulo à análise dos dados, com a exposição dos dados alcançados na pesquisa, mediante entrevista semiestruturada. Por fim, as considerações finais sintetizaram as conclusões e propõem recomendações para a prática institucional.

2 REVISÃO TEÓRICA

2.1 SOCIEDADE EM REDE E O IMPACTO NA SEGURANÇA PÚBLICA

O desenvolvimento tecnológico de comunicação e informação nas últimas décadas tem provocado transformações estruturais na organização social, econômica e política das sociedades contemporâneas. Nesse contexto, emerge a ideia de sociedade em rede, elaborado por Manuel Castells (2003), que descreve um modelo social baseado na interconectividade digital, na circulação instantânea de informações e na descentralização das estruturas de comunicação. Segundo o autor, a população em rede é caracterizada por fluxos constantes de informações, dados e imagens que moldam as relações sociais, os processos econômicos e as práticas institucionais em escala global, além de representar “uma nova morfologia social, onde os fluxos de informação substituem as interações presenciais como eixo estruturante das relações sociais” (Castells, 2003, p. 17).

Nesse ambiente, as práticas usuais de controle da informação, que antes eram centralizados na imprensa, no rádio e na televisão, são progressivamente substituídos pela produção e propagação de conteúdos por qualquer indivíduo com acesso à internet e às redes digitais.

Essa configuração impacta diretamente a segurança pública, conforme Porto (2009), a mídia tradicional e as plataformas de interação sociais digitais além de informar, constroem

representações sociais sobre os fenômenos, moldando percepções, crenças e valores. Na segurança pública, esse processo se reflete no modo como as atividades policiais são percebidas, julgadas e reinterpretadas pela sociedade, frequentemente fora do contexto real das ocorrências.

Além disso, segundo Tapia e Garay (2018), a circulação acelerada de informações nas redes sociais potencializa a viralização de conteúdos sensacionalistas, muitas vezes sem rigor técnico, sem apuração e desprovidos de critérios jornalísticos. Isso acaba gerando um efeito de julgamento público instantâneo sobre o que se refere às práticas policiais, afetando a credibilidade das dos organismos voltados à segurança e, em muitos casos, desencadeando crises de imagem que repercutem não apenas no ambiente virtual, mas também na realidade diária das comunidades abrangidas.

A esse respeito, Giroto (2017) destaca que a velocidade com que informações se propagam nas redes, somada à ausência de filtros institucionais ou jornalísticos, representa um desafio concreto para as organizações policiais, que precisam lidar não apenas com os fatos da atuação prática, juntamente com a sua repercussão social, muitas vezes distorcida. Para o autor, a gestão de crises de imagem se torna uma necessidade institucional, tendo em vista que “a opinião pública, quando formada por informações incompletas ou enviesadas, pode abalar profundamente a idoneidade das corporações policiais” (Giroto, 2017, p. 150).

Penha, Penha e Andrade (2020) reforçam que, no âmbito da segurança pública, a comunicação institucional eficaz deve ser planejada, contínua e orientada por objetivos claros de envolvimento social. Para os autores, a atuação comunicacional da PM, sobretudo pelas mídias sociais, vai além da divulgação, mas deve ser entendida como inovação em serviço, promovendo a diminuição das práticas criminosas ao promover a integração e a consciência cidadã.

No ambiente da coletividade em rede, os processos comunicacionais seguem uma lógica algorítmica que privilegia conteúdos que geram maior engajamento, o que, na aplicação, significa que episódios envolvendo violência, confronto ou ações polêmicas têm muito mais alcance do que práticas cotidianas de prevenção, gestão de conflitos ou atendimento comunitário (Castells, 2003).

Nesse sentido, Nóbrega (2015) aponta que o a estrutura da segurança da população contemporânea se vê inserida em uma perspectiva de espetacularização da violência, na qual fatos criminais, operações policiais e imagens de confronto são transformados em produtos midiáticos. Essa dinâmica, segundo a autora, impacta diretamente a imagem dos policiais, que

começam a ser representados muitas vezes como agentes da repressão, mesmo quando sua atuação se dá em meio aos princípios da legalidade, da cidadania e da segurança comunitária.

As consequências da sociedade em rede no âmbito da segurança pública, portanto, não se resume a questões de comunicação. Trata-se de um evento que altera profundamente a relação entre as instituições policiais e a população. Nesse sentido, compreender a lógica da coletividade em rede é um imperativo para as forças policiais no século XXI, pois, ignorar essa realidade significa não apenas comprometer a habilidade de comunicação da instituição, mas também colocar em risco a própria efetividade das ações de policiamento orientadas pela filosofia da aproximação comunitária. A administração da informação, da comunicação institucional e da reputação pública tornam-se, nesse cenário, tão relevantes quanto os próprios aspectos operacionais da atuação policial.

2.2 POLICIAMENTO COMUNITÁRIO: CONCEITOS E PRINCÍPIOS

A prática de policiamento voltada à comunidade configura-se, na atualidade, como uma das principais estratégias utilizadas pelas instituições policiais na ação de contenção a criminalidade e na manutenção da ordem pública. A filosofia comunitária propõe o estabelecimento de vínculos mais próximos com a coletividade, de modo a possibilitar diálogo e cooperação entre a Polícia Militar e a população. Dessa maneira, rompe-se com os paradigmas convencionais de ações policiais, historicamente voltados para intervenção e para um desempenho essencialmente reativo, fundamentada na lógica da força e do controle territorial.

De acordo com Bayley (2002), a atuação comunitária de polícia tem fundamento em dois pilares centrais, sendo eles a descentralização da autoridade policial e o envolvimento ativo da comunidade na construção de soluções para os aspectos críticos da segurança, o que significa que o policial passa a não ser visto apenas como um agente da repressão criminal e torna-se um aliado da comunidade, um mediador de desentendimento e um promotor de bem-estar social.

De forma semelhante, Bittner (2003) destaca que a essência do trabalho policial reside na sua habilidade de agir em circunstâncias nas quais algo que não deveria estar acontecendo está acontecendo e ninguém mais está disponível para intervir. A partir dessa compreensão, o policiamento comunitário amplia a prática policial para além da repressão, incorporando ações preventivas, orientação, fortalecimento de vínculos e formação de redes de apoio social.

O policiamento comunitário é, portanto, um modelo preventivo que se baseia na organização participativa da segurança. Segundo Monet (2006), a principal característica desse modelo é a consolidação do relacionamento entre a polícia e a população, voltado para a

identificação das situações de insegurança no contexto local, nas resoluções de conflitos e na busca por propostas integradas. O autor observa que, na Europa, esse método é reconhecido sendo mais do que uma estratégia policial, configura-se como uma política pública voltada à cidadania e ao fortalecimento do regime democrático.

No Brasil, a concepção de policiamento comunitário passou a se consolidar a partir da década de 1990, sendo gradualmente incorporada por diferentes Polícias Militares, entre elas a do Estado de Goiás. De acordo com o Manual de Defesa Pessoal Policial da Polícia Militar de Goiás (2023), essa modalidade de policiamento não se limita à preservação da ordem pública, mas também se orienta para a promoção da paz social, o fortalecimento de uma cultura preventiva e o estabelecimento de vínculos de confiança com a população.

No entanto, apesar de seus inúmeros benefícios, o policiamento orientado à comunidade enfrenta desafios significativos, especialmente no atual cenário de hiperexposição informacional. A circulação de informações distorcidas, sensacionalistas ou descontextualizadas, como discutido por Nóbrega (2015) e Giroto (2017), tem o potencial de fragilizar a relação de confiança construída entre a polícia e a comunidade. Quando a instituição policial tem sua imagem abalada por episódios negativos amplificados pela mídia ou pelas redes sociais, todo o capital social investido nas relações sociais no âmbito comunitário pode ser rapidamente comprometido.

Além disso, como observa Tapia e Garay (2018), a desinformação e a espetacularização de episódios envolvendo a atividade policial podem desencadear uma retração operacional, na qual os próprios policiais, temendo exposição negativa, passam a reduzir sua atuação proativa, o que impacta diretamente a filosofia comunitária.

Outro ponto relevante é a implicação da insegurança subjetiva gerada pela mídia no nível de eficiência do policiamento comunitário. Quando a sociedade tem sua percepção de insegurança ampliada por discursos midiáticos de medo, a confiança nas instituições costuma a diminuir, gerando uma demanda social por respostas imediatistas e, muitas vezes, centradas na repressão, em detrimento de medidas de proteção e de proximidade (Cruz, 2008).

Diante desse cenário, consolidar atuação comunitária de polícia exige mais do que apenas treinamentos operacionais, demanda uma gestão institucional que se volta à comunicação estratégica, à mediação de crises e à formação de uma narrativa pública, valorizando práticas preventivas, mediação e fortalecimento da cidadania realizadas pela Polícia Militar.

2.3 CRISE DE IMAGEM INSTITUCIONAL NA SEGURANÇA PÚBLICA

Estamos vivendo um momento marcado pela hiperconexão e, com isso, as organizações policiais estão cada vez mais expostas à avaliação pública, onde suas ações estão constantemente sendo julgadas e repercutidas. Quando há a circulação de conteúdos negativos de forma intensiva, surge a chamada crise de imagem institucional, comprometendo a credibilidade, a confiança e a legitimidade da Polícia Militar perante a sociedade.

Uma crise de imagem ocorre quando há uma quebra na confiança da opinião pública, seja por fatos reais, distorcidos ou mal interpretados, portanto, no contexto da segurança pública, um único vídeo, postagem ou reportagem pode desencadear uma onda de críticas e deslegitimação institucional (Giroto, 2017).

Para Porto (2009), essa fragilidade está diretamente ligada à maneira como a qual a mídia constrói narrativas, muitas vezes priorizando a espetacularização da violência, em desfavor de uma cobertura equilibrada sobre a prática policial. Isso se agrava nas redes sociais, onde a difusão é instantânea e sem filtros.

Além disso, como destacam Tapia e Garay (2018), a carência de protocolos exclusivos para a gestão da comunicação institucional em episódios de crise agrava o problema, fazendo com que as respostas da corporação sejam, muitas vezes, tardias, improvisadas ou pouco eficazes.

Diante desse cenário, o gerenciamento da imagem se torna uma função estratégica da Polícia Militar, exigindo iniciativas relacionadas à efetivação de políticas comunicacionais, a atuação proativa nas redes sociais e a formação de porta-vozes para preservar a legitimidade institucional e mitigar eventuais crises.

Portanto, a crise de imagem na segurança pública não se resume a um problema de comunicação, mas impacta diretamente no desempenho das práticas policiais, especialmente daquelas pautadas no policiamento comunitário, que depende essencialmente do desenvolvimento de confiança mútua.

2.4 TEORIA DO AGENDAMENTO E ESPETACULARIZAÇÃO DA VIOLÊNCIA

A Teoria do Agendamento, também conhecida como Agenda-Setting, foi desenvolvida por McCombs e Shaw (1972) e explica como a mídia influencia não apenas sobre o que as pessoas pensam, mas sobre o que pensar. A mídia seleciona quais temas serão destacados, criando uma hierarquia de assuntos que molda a percepção pública.

Na segurança pública, esse fenômeno é evidente. Conforme destaca Cruz (2008), quando a mídia prioriza notícias sobre crimes, violência e confrontos policiais, contribui para reforçar um sentimento coletivo de insegurança, além de gerar uma percepção distorcida da realidade.

Esse processo é reforçado com a espetacularização da violência, conceito analisado por Nóbrega (2015). A autora demonstra que programas policiais e conteúdos em redes sociais transformam ocorrências criminais e intervenções policiais em produtos midiáticos, voltados não para a informação, mas para o entretenimento e a audiência.

A dinâmica midiática contribui para a manutenção de estereótipos negativos, promove a criminalização seletiva de determinados grupos sociais e afeta de maneira direta a percepção pública das instituições policiais. Esse cenário se torna ainda mais prejudicial a modelos como o policiamento comunitário, cuja efetividade depende da confiança recíproca entre sociedade e polícia (Porto, 2009).

Nesse contexto, a espetacularização das notícias não apenas fragiliza a legitimidade institucional, como também limita a consolidação de uma cultura de segurança cidadã, pautada na aproximação, no diálogo e na corresponsabilização da comunidade.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, com o objetivo de compreender, por meio da experiência e da percepção institucional, o impacto da Comunicação Social da Polícia Militar do Estado de Goiás (PMGO) no fortalecimento da imagem da Corporação e no apoio ao policiamento comunitário.

O método utilizado foi a entrevista semiestruturada, aplicada a uma oficial da Corporação com atuação direta na área de comunicação institucional, ocupante do cargo de Subchefe da Quinta Seção de Estado-Maior Estratégico (PM5). A escolha da participante foi intencional, em razão de seu conhecimento técnico e estratégico sobre as ações desenvolvidas pela PM5, setor responsável pela Comunicação Social da PMGO.

A entrevista foi realizada no dia 14 de julho de 2025, após a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), garantindo a voluntariedade da participação, o anonimato, a condição de recusa ou interrupção quando necessário e o uso exclusivo das informações para fins acadêmicos. Por preferência da entrevistada, foi autorizada a divulgação apenas de seu cargo e função, sem menção ao nome pessoal.

O roteiro da entrevista foi organizado em cinco blocos temáticos: (1) Comunicação Institucional da PMGO, (2) Formação e Capacitação, (3) Divulgação das Ações Policiais, (4) Relação com a Sociedade, e (5) Considerações Finais. As respostas obtidas foram transcritas na íntegra e analisadas com base em seu conteúdo, buscando identificar as estratégias, percepções e impactos gerados pela comunicação institucional da PMGO no contexto do policiamento comunitário.

A escolha da entrevista como instrumento único de coleta de dados se justifica pela relevância da fonte e pela profundidade das respostas, que permitiram alcançar os objetivos propostos e contribuir para a compreensão do papel estratégico da comunicação social na segurança pública.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A construção da imagem institucional da Polícia Militar no contexto da segurança pública contemporânea depende diretamente de como o órgão se comunica com a sociedade, especialmente diante dos desafios decorrentes da realidade social em rede e pela atuação midiática. A presente seção apresenta e analisa os dados obtidos mediante a entrevista aplicada com a Subchefe da PM5 da Polícia Militar do Estado de Goiás, à luz das contribuições teóricas discutidas no capítulo 2. A proposta é compreender, com base empírica e teórica, como a comunicação institucional atua no apoio ao policiamento de caráter comunitário, na humanização da imagem policial e na mediação da interação entre polícia e população. Para tanto, os resultados serão organizados por eixos temáticos extraídos do roteiro da entrevista, permitindo uma análise qualitativa sob múltiplas perspectivas.

4.1 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL COMO PILAR ESTRATÉGICO

A Comunicação Social da Polícia Militar do Estado de Goiás (PMGO), por meio da Seção PM5, é compreendida como uma estrutura estratégica e não meramente operacional, sendo definida pela entrevistada como "um dos pilares estratégicos da PMGO", afirmando que a comunicação institucional vai muito além da divulgação de ações: "Somos o elo que conecta a Instituição à sociedade". Essa atuação busca construir narrativas que expressem o espírito da Corporação, reforçando os valores institucionais e promovendo confiança e proximidade com os cidadãos goianos.

Ela destacou ainda que comunicar bem é, acima de tudo, "humanizar o serviço policial", tornando a PMGO uma presença acessível e confiável no cotidiano. Essa visão corrobora autores como Castells (2003), ao demonstrar que, na sociedade em rede, a comunicação institucional é essencial para gerar legitimidade e responder de forma estratégica à aceleração da informação.

4.2 INOVAÇÃO, CAPACITAÇÃO E HUMANIZAÇÃO DA IMAGEM

Um dos pontos centrais destacados pela Subchefe da PM5 foi o investimento sistemático da PMGO em inovação e qualificação de equipamentos envolvidos com a comunicação institucional:

Temos trabalhado intensamente para modernizar nossas ferramentas de comunicação. Investimos na aquisição de equipamentos profissionais, como câmeras de alta definição, drones, microfones, iluminação e estabilizadores — tudo pensado para garantir que a imagem da PMGO seja representada com a qualidade e a dignidade que ela merece (Subchefe da Quinta Seção de Estado-Maior Estratégico - PM/5, 2025).

Contudo, mais relevante do que os recursos materiais é a ênfase na formação continuada dos policiais, com destaque para o Curso de Comunicação Social, que chegou à sua terceira edição com participação de integrantes de outras forças de segurança, fortalecendo o intercâmbio de boas práticas:

(...) promovemos a qualificação dos nossos policiais militares, por meio do Curso de Comunicação Social, o qual teve concluída a sua 3ª edição, que foi um momento riquíssimo de aprendizado e integração, inclusive com participação de forças coirmãs. Essa combinação entre tecnologia e capacitação tem dado frutos: estamos produzindo com mais agilidade, qualidade e estratégia. E o resultado é visível — a população está cada vez mais conectada à nossa realidade e ações (Subchefe da Quinta Seção de Estado-Maior Estratégico - PM/5, 2025).

Essas iniciativas refletem o conceito de inovação incremental de Tidd, Bessant e Pavitt (2005), ao evidenciarem que aprimoramentos contínuos na capacitação e na estrutura contribuem diretamente para fortalecer a imagem institucional e estreitar os laços com a sociedade.

Ressaltou-se também pela entrevistada que a habilidade comunicativa é um diferencial no exercício da atividade policial, uma vez que, os policiais que dominam técnicas de comunicação demonstram além do preparo técnico, um profissionalismo e capacidade de construir pontes com a comunidade: “A comunicação bem feita é um dos maiores diferenciais

no serviço público de segurança. Ela é, ao mesmo tempo, uma ferramenta de proteção e uma ponte de empatia”.

4.3 USO ESTRATÉGICO DAS MÍDIAS SOCIAIS NA SEGURANÇA PÚBLICA

De acordo com a entrevistada, os principais canais utilizados pela PMGO para divulgação das ações são as redes sociais e o site institucional: “a qual é feita por meio de vídeos, transmissões ao vivo, registros fotográficos e demais conteúdos (...) Cada produção é feita com muito cuidado, tanto técnico quanto institucional, porque sabemos o peso e a responsabilidade de representar a PMGO diante da sociedade”. Portanto, cada conteúdo publicado passa por avaliação criteriosa baseada em impacto social, interesse público e valores da Corporação. “Nada é feito de forma aleatória”, afirmou.

A Subchefe da Quinta Seção de Estado-Maior Estratégico ainda citou como exemplo a cobertura de grandes operações policiais, que, ao serem divulgadas com agilidade e precisão, demonstram o poder de resposta da instituição e destacou ações sociais como o PROERD (Programa Educacional de Resistência às Drogas e à Violência), em escolas, que fortalecem a imagem da PMGO junto às famílias e comunidades: “Quando mostramos esse lado humano e preventivo da Polícia, a sociedade se reconhece e se aproxima. E é exatamente isso que queremos: construir uma imagem forte, mas também acolhedora”.

O uso estratégico das redes sociais pela PMGO reforça a visão de autores como Penha, Penha e Andrade (2020), que reconhecem a comunicação digital como uma ferramenta essencial para promover o engajamento social e consolidar a legitimidade institucional.

4.4 COMUNICAÇÃO COMO ALIADA DO POLICIAMENTO COMUNITÁRIO

Para a Subchefe da PM5, há total convergência entre comunicação institucional e policiamento comunitário:

A comunicação é a ponte entre a intenção da Instituição e a percepção do cidadão. Quando mostramos o que fazemos, como fazemos e os porquês por trás das nossas ações, criamos compreensão — e a compreensão gera confiança. Trabalhamos com transparência, compromisso e verdade, porque acreditamos que a confiança da sociedade não se impõe, se conquista. E a comunicação institucional é, sem dúvida, um dos nossos instrumentos mais poderosos nesse processo (Subchefe da Quinta Seção de Estado-Maior Estratégico - PM/5, 2025).

A comunicação adequada, segundo ela, fortalece o vínculo com a população, estimula o diálogo e potencializa os resultados das ações de proximidade: "Isso faz com que o cidadão se sinta mais seguro, mais ouvido e mais disposto a colaborar". Essa abordagem dialoga com autores como Bayley (2002) e Bittner (2003), para os quais a confiança é elemento essencial na segurança pública cidadã.

Desse modo, comunicar-se bem não é apenas um dever institucional, mas um componente essencial para o êxito das políticas de segurança baseadas na proximidade e no diálogo, pois, a comunicação, nesse contexto, deixa de ser suporte e passa a ser instrumento de transformação social.

4.5 DIRETRIZES, RESPONSABILIDADE E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Em um cenário marcado pela velocidade da informação e pela exposição permanente nas redes sociais, a comunicação institucional da Polícia Militar exige planejamento estratégico, inovação contínua e regulação clara de condutas. A Subchefe da PM5 ressaltou que a PMGO tem atuado de forma proativa na organização de sua comunicação, não apenas investindo em tecnologias e capacitação, mas também implementando normas que asseguram a coerência da imagem institucional.

A Portaria nº 14.796/2021 foi citada como um marco na padronização do comportamento dos policiais nas redes sociais: "A norma disciplina a divulgação de conteúdos por policiais militares de Goiás relacionados a crimes, contravenções e temas institucionais". Essa diretriz visa não restringir a liberdade de expressão individual, mas preservar a credibilidade da Corporação diante do público. Ela ainda enfatizou que cada policial, mesmo fora do horário de serviço, representa a imagem da PMGO e deve ter postura ética e respeitosa também no ambiente digital. Reforçou, inclusive, que "comunicação é missão de todos nós" e que "cada policial é, sim, um comunicador da Instituição". Tal medida encontra respaldo na análise de Giroto (2017), que destaca como falhas na gestão da imagem pública podem desencadear crises de confiança. Do mesmo modo, Tapia e Garay (2018) observam que a ausência de protocolos comunicacionais agrava os efeitos de informações descontextualizadas ou sensacionalistas.

O planejamento da comunicação é, portanto, indispensável. Como indicam Tidd, Bessant e Pavitt (2005), a inovação incremental é aquela que aperfeiçoa práticas já existentes, tornando-as mais eficazes e sustentáveis. Na PMGO, esse planejamento se traduz em ações

coordenadas entre a produção de conteúdo, a capacitação da tropa e a preservação da identidade institucional, promovendo uma cultura de proximidade e confiança com a sociedade.

A entrevistada finalizou destacando com orgulho o avanço da estrutura audiovisual da PMGO e o sucesso do Curso de Comunicação Social como reflexo do compromisso com a excelência institucional:

Esses dois projetos refletem nosso compromisso com a excelência. A combinação entre tecnologia de ponta e capacitação técnica tem elevado o nível da nossa produção e, mais do que isso, tem fortalecido a nossa imagem institucional. São conquistas que mostram que estamos no caminho certo: o da valorização da comunicação como ferramenta estratégica e de aproximação com a sociedade (Subchefe da Quinta Seção de Estado-Maior Estratégico - PM/5, 2025).

Essa percepção reforça que a comunicação, quando planejada e valorizada, contribui não apenas para a gestão de imagem, mas para o fortalecimento da missão da PMGO junto à comunidade. Nesse sentido, a comunicação institucional deixa de ser apenas um suporte operacional e passa a integrar a essência do serviço policial. Ao promover a transparência, aproximar a sociedade e valorizar o trabalho realizado, ela consolida-se como ferramenta indispensável para o êxito do policiamento comunitário e para o fortalecimento dos laços de confiança entre a PMGO e a população goiana.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo permitiu compreender, de forma abrangente e crítica, o papel estratégico da comunicação institucional da Polícia Militar do Estado de Goiás (PMGO), por meio da Seção PM5, na consolidação e no fortalecimento do policiamento comunitário. A análise revelou que, em uma sociedade marcada pela hiperconectividade e pela velocidade na circulação de informações, a gestão da imagem pública das instituições policiais tornou-se um dos pilares para a manutenção da legitimidade e da confiança social.

Dentre os principais achados, destaca-se que a comunicação social da PMGO deixou de ocupar uma função meramente informativa ou protocolar, para assumir um protagonismo nas ações de aproximação entre a corporação e a sociedade, com a construção de narrativas institucionais pautadas na humanização do serviço policial, na valorização das ações preventivas e no fortalecimento dos laços comunitários, o que demonstrou ser essencial para o êxito das estratégias de policiamento orientadas pela filosofia da proximidade.

Ao investir em inovação tecnológica, capacitação de seu efetivo e planejamento estratégico de conteúdos, a PMGO tem buscado enfrentar os efeitos adversos provocados pela atuação da mídia sensacionalista e pela difusão de conteúdos descontextualizados nas redes sociais. A entrevista realizada com a Subchefe da PM5 reforçou que tais investimentos não apenas elevam a qualidade técnica das produções comunicacionais, mas também contribuem para uma nova percepção institucional, mais transparente, acessível e cidadã.

O estudo também apontou que a comunicação institucional atua como elemento mediador da confiança entre a polícia e a comunidade, pois, quando bem executada, ela não apenas previne crises de imagem, mas também potencializa os efeitos positivos das ações policiais, ampliando o reconhecimento social e a corresponsabilização da população na manutenção da ordem pública. Nesse sentido, torna-se evidente que cada policial, ao adotar postura ética e comunicativa, torna-se também um agente ativo na formação da imagem institucional da PMGO.

Mesmo com o reconhecimento de avanços importantes, o trabalho indicou desafios, sobretudo no enfrentamento da desinformação e da espetacularização da violência, o que acaba exigindo constante atualização das estratégias comunicacionais, bem como o fortalecimento de uma cultura organizacional voltada à prevenção, ao diálogo e à promoção da cidadania. A adoção de normas como a Portaria nº 14.796/2021, que regula a conduta dos policiais nas redes sociais, reflete esse compromisso com a responsabilidade institucional.

Por fim, conclui-se que a comunicação social eficaz é mais do que uma ferramenta de marketing institucional. Trata-se de um instrumento vital para o cumprimento da missão da PMGO, atuando na mediação de conflitos, na prevenção da criminalidade e, sobretudo, na construção de uma cultura de paz e confiança mútua. Para que o policiamento comunitário alcance sua plenitude, é necessário que a comunicação institucional seja reconhecida, fortalecida e continuamente aprimorada como um eixo transversal de toda a política de segurança pública.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BAYLEY, David H. **Padrões de policiamento: uma análise comparativa internacional**. São Paulo: Edusp, 2002.
- BITTNER, Egon. **Aspectos do trabalho policial**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2003.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 28. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2013.
- CNN BRASIL. **Caso Ágatha Félix: PM acusado por homicídio é julgado nesta sexta-feira (8)**. CNN Brasil, São Paulo, 8 nov. 2024. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/caso-agatha-felix-pm-acusado-por-homicidio-e-julgado-nesta-sexta-feira-8/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em 10 jul. 2025.
- CNN BRASIL. **Caso João Pedro: PMs acusados de envolvimento na morte irmão a júri popular**. CNN Brasil, São Paulo, 24 jun. 2025. Disponível em: https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/sudeste/rj/caso-joao-pedro-pms-acusados-de-envolvimento-na-morte-irao-a-juri-popular/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em 10 jul. 2025.
- CRUZ, Tércia Maria Ferreira da. A influência da mídia na percepção da violência. **Revista Ordem Pública**, ACORS, n. 1, p. 1-18, 2008. Disponível em: <https://www.acors.org.br>. Acesso em: 10 jun. 2025.
- GIROTTI, João Carlos. Gerenciamento de crise de imagem nas polícias brasileiras. **Revista Brasileira de Ciências Policiais**, v. 8, n. 2, p. 147-178, 2017. Disponível em: <https://revista.bcp.org.br>. Acesso em: 24 jun. 2025.
- GOIÁS. Polícia Militar. **Manual de Defesa Pessoal Policial**. Goiânia: PMGO, 2023.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- MCCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald. **The Agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly**, v. 36, n. 2, p. 176-187, 1972. Disponível em: <https://doi.org/10.1086/267990>. Acesso em: 24 jun. 2025.
- MONET, Jean Claude. **Polícias e sociedades na Europa**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2006.
- NÓBREGA, Fabiana de Azevedo. **Segurança pública como espetáculo: a imagem da polícia por meio da mídia**. João Pessoa: UFPB, 2015. (Monografia – Especialização em Segurança Pública e Direitos Humanos – Universidade Federal da Paraíba).
- PENHA, Marcelo; PENHA, Renato; ANDRADE, Diego César Terra de. Inovação em serviços de comunicação: utilização de mídias sociais pela Polícia Militar para redução do

índice criminal. **Revista Brasileira de Segurança Pública – REBESP**, Goiânia, v. 13, n. 1, p. 1–8, jan. 2020. ISSN 2175-053X.

POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE GOIÁS. **Portaria n. 14.796, de 9 de junho de 2021**. Regula os procedimentos relativos ao registro, divulgação e propagação de dados, imagens e vídeos relacionados a crimes e ações institucionais pelas redes sociais pelos integrantes da PMGO. Goiânia, 9 jun. 2021. Disponível em: https://www.pm.go.gov.br/port-no-14-796-de-09-06-21-regula-procedimentos-no-tocante-ao-registro-divulgacao-e-propagacao-de-dados-imagens-e-videos-local-de-crime/?utm_source=chatgpt.com

PORTO, Maria Stela Grossi. Mídia, segurança pública e representações sociais. **Tempo Social**, v. 21, n. 2, p. 211-233, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-20702009000200011>. Acesso em: 24 jun. 2025.

TAPIA, Marcela; GARAY, Cristian. **Seguridad pública y medios de comunicación: representaciones y realidad**. Santiago: Editorial RIL, 2018.

TIDD, Joe; BESSANT, John; PAVITT, **Keith**. **Gestão da inovação**. 3. ed. São Paulo: Bookman, 2005.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

APÊNDICE – ROTEIRO DA ENTREVISTA APLICADA À SUBCHEFE DA PM5

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

A presente entrevista integra uma pesquisa acadêmica de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), com o objetivo de compreender a atuação da Comunicação Social da Polícia Militar do Estado de Goiás (PM5) no fortalecimento da imagem institucional e no apoio ao policiamento comunitário.

A participação é voluntária, sem qualquer tipo de remuneração, e a entrevistada poderá interromper sua participação a qualquer momento, sem nenhum prejuízo.

As informações obtidas serão utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos, podendo ser citadas no TCC e em eventuais publicações relacionadas ao trabalho.

Autorizo a utilização das informações fornecidas nesta entrevista para fins acadêmicos, no âmbito do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), incluindo referências no corpo do texto e/ou em apêndice.

Conforme minha preferência, autorizo:

- () A menção do meu **nome completo, cargo e função institucional;**
- (x) A menção **apenas do meu cargo e função ocupada na PMGO**, sem divulgação do nome pessoal.

Cargo/função da entrevistada: Subchefe da Quinta Seção de Estado-Maior Estratégico - PM/5

Data: 14/07/2025

Assinatura: _____

ROTEIRO DE ENTREVISTA

Entrevistada: Subchefe da PM5 - Comunicação Social da PMGO

Tema do TCC: O IMPACTO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PMGO NO POLICIAMENTO COMUNITÁRIO

Objetivo Geral: Compreender como a comunicação institucional da PMGO, por meio da PM5, contribui para o fortalecimento da imagem da Corporação e para o sucesso do policiamento comunitário.

BLOCO 1: COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL DA PMGO:

1. Como a senhora define o papel da PM5 dentro da estrutura organizacional da PMGO?

Eu vejo a PM5 como um dos pilares estratégicos da PMGO. Não somos apenas responsáveis por divulgar ações — somos o elo que conecta a Instituição à sociedade. Nosso trabalho vai muito além da comunicação técnica; buscamos construir narrativas que expressem o verdadeiro espírito da Corporação. Atuamos com profissionalismo, inovação e sensibilidade, sempre alinhados às diretrizes da Polícia Militar. Nosso maior propósito é mostrar à população quem somos, o que fazemos e por que fazemos, reforçando a confiança e a proximidade com cada cidadão goiano.

2. Quais ações a PM5 tem desenvolvido para fortalecer o vínculo entre a Corporação e a comunidade goiana?

Temos trabalhado intensamente para modernizar nossas ferramentas de comunicação. Investimos na aquisição de equipamentos profissionais, como câmeras de alta definição, drones, microfones, iluminação e estabilizadores — tudo pensado para garantir que a imagem da PMGO seja representada com a qualidade e a dignidade que ela merece. Também promovemos a qualificação dos nossos policiais militares, por meio do Curso de Comunicação Social, o qual teve concluída a sua 3ª edição, que foi um momento riquíssimo de aprendizado e integração, inclusive com participação de forças coirmãs. Essa combinação entre tecnologia e capacitação tem dado frutos: estamos produzindo com mais agilidade, qualidade e estratégia. E o resultado é visível — a população está cada vez mais conectada à nossa realidade e ações.

3. De que maneira a comunicação institucional pode apoiar as unidades que desenvolvem o policiamento comunitário?

Acredito firmemente que a boa comunicação é uma aliada fundamental do policiamento comunitário. Quando mostramos com clareza, verdade e sensibilidade o que acontece nas ruas e nas comunidades, criamos uma ponte de confiança entre o policial e o cidadão. As pessoas passam a enxergar a PMGO como uma parceira presente e acessível. Isso fortalece o vínculo, estimula o diálogo e torna o trabalho da linha de frente mais efetivo. Comunicar bem é, acima de tudo, humanizar o serviço policial.

BLOCO 2: FORMAÇÃO E CAPACITAÇÃO

4. A PM5 oferta cursos e formações voltadas à comunicação social. Qual é a importância desses cursos para a tropa?

Hoje, o policial precisa estar preparado não apenas para a ação operacional, mas também para ser um porta-voz da Instituição em diferentes contextos. O Curso de Comunicação Social - em sua 3ª edição, por exemplo, capacitou profissionais para atuarem com mais segurança em entrevistas, redes sociais e no trato direto com a sociedade. Essa formação amplia a capacidade do policial de transmitir confiança, clareza e empatia. É um investimento que fortalece tanto o indivíduo quanto a imagem coletiva da PMGO. Logo, estes cursos têm um valor imenso para imagem institucional, bem como para o próprio policial militar que agrega um rico conhecimento em sua vida pessoal e profissional.

5. Esses cursos têm alcançado os policiais que atuam na linha de frente com a comunidade? Há previsão de ampliação?

O curso já alcançou policiais de diversas unidades e também de outras forças de segurança, o que foi muito enriquecedor. A nossa meta é expandir ainda mais esse alcance, especialmente para os policiais que estão em contato direto com a população. Queremos que todos tenham ferramentas e preparo para se comunicar de forma clara, assertiva e respeitosa, pois isso faz toda a diferença no policiamento comunitário.

6. Na sua opinião, a habilidade de comunicação é um diferencial para o policial que atua diretamente com o público?

Sem dúvida nenhuma, pois um policial que sabe se comunicar transmite muito mais do que palavras — ele transmite confiança, profissionalismo e humanidade. Muitas vezes, uma boa abordagem, uma escuta atenta ou uma explicação clara pode mudar completamente a percepção que o cidadão tem da Polícia Militar. A comunicação bem feita é um dos maiores diferenciais no serviço público de segurança. Ela é, ao mesmo tempo, uma ferramenta de proteção e uma ponte de empatia.

BLOCO 3: DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES POLICIAIS

7. Quais os principais canais institucionais utilizados pela PMGO para divulgar suas ações à população?

Atualmente, nossas redes sociais e o site da Corporação são os principais meios de divulgação das ações realizadas pela Polícia Militar de Goiás, a qual é feita por meio de vídeos, transmissões ao vivo, registros fotográficos e demais conteúdos, conseguimos apresentar nossas ações com agilidade e qualidade. Cada produção é feita com muito cuidado, tanto técnico quanto institucional, porque sabemos o peso e a responsabilidade de representar a PMGO diante da sociedade.

8. Como é definido o conteúdo que será divulgado nas redes sociais e nos canais oficiais da Corporação?

Consideramos o impacto social da informação, o interesse público e o alinhamento com os valores institucionais da PMGO. Diante disso, o processo é bastante criterioso em virtude dos pressupostos anteriores, e, por isso, toda divulgação/publicação é analisada por Oficial de Comunicação que autoriza ou não a divulgação do conteúdo. A ideia é sempre promover a transparência, reforçar a credibilidade e manter um diálogo aberto com a população. Nada é feito de forma aleatória — cada conteúdo é pensado para gerar proximidade, esclarecer dúvidas e demonstrar o compromisso da Polícia com o bem comum, mas sempre na busca de preservar a imagem institucional.

9. A senhora poderia compartilhar um exemplo de ação divulgada pela PM5 que teve impacto positivo na imagem da PMGO?

Posso citar a cobertura de grandes operações, que resultaram em importantes apreensões e que, ao serem divulgadas com precisão e agilidade, mostraram o poder de resposta da Corporação. Também destaco ações sociais em escolas, como por exemplo o PROERD, que têm um impacto profundo na proximidade e percepção da população, sobretudo com as crianças e adolescentes diretamente. Quando mostramos esse lado humano e preventivo da Polícia, a sociedade se reconhece e se aproxima. E é exatamente isso que queremos: construir uma imagem forte, mas também acolhedora.

BLOCO 4: RELAÇÃO COM A SOCIEDADE

10. Como a senhora avalia a importância da comunicação institucional para o fortalecimento da confiança da sociedade na PMGO?

A comunicação é a ponte entre a intenção da Instituição e a percepção do cidadão. Quando mostramos o que fazemos, como fazemos e os porquês por trás das nossas ações, criamos compreensão — e a compreensão gera confiança. Trabalhamos com transparência, compromisso e verdade, porque acreditamos que a confiança da sociedade não se impõe, se conquista. E a comunicação institucional é, sem dúvida, um dos nossos instrumentos mais poderosos nesse processo.

11. O policiamento comunitário se beneficia da boa comunicação institucional? De que maneira isso ocorre na prática?

Tenho plena certeza de que a comunicação adequada fortalece o diálogo e valoriza as boas práticas do policiamento comunitário. Na prática, quando divulgamos ações de proximidade, mostramos à comunidade que ela não está sozinha — que existe uma Polícia presente, atuante e comprometida. Isso faz com que o cidadão se sinta mais seguro, mais ouvido e mais disposto a colaborar. É uma via de mão dupla que melhora a convivência e potencializa os resultados.

12. Há alguma diretriz interna orientando a atuação dos policiais nas redes sociais, no que diz respeito à imagem da Instituição?

Sim, há orientações claras e taxativas sobre o uso das redes sociais pelo efetivo, regulamentadas pela Portaria nº 14.796/2021. A norma disciplina a divulgação de conteúdos por policiais militares de Goiás relacionados a crimes, contravenções e temas institucionais. Manifestações públicas sobre assuntos funcionais ou políticos são proibidas sem autorização, sendo a Assessoria de Comunicação Social da PMGO (PM/5) a única instância autorizada a intermediar essas comunicações. O objetivo é proteger a imagem da Corporação e garantir a padronização da comunicação oficial. Reconhecendo que cada policial representa a Instituição também no ambiente digital, reforça-se a importância de uma conduta ética, respeitosa e alinhada aos valores da PMGO, especialmente nas redes sociais, hoje um dos principais meios de difusão de informação.

BLOCO 5: CONSIDERAÇÕES FINAIS

13. A senhora gostaria de destacar alguma ação ou projeto da PM5 que merece divulgação?

Com muito orgulho, destaco a modernização da nossa estrutura audiovisual e o sucesso do 3º Curso de Comunicação Social. Esses dois projetos refletem nosso compromisso com a excelência. A combinação entre tecnologia de ponta e capacitação técnica tem elevado o nível da nossa produção e, mais do que isso, tem fortalecido a nossa imagem institucional. São conquistas que mostram que estamos no caminho certo: o da valorização da comunicação como ferramenta estratégica e de aproximação com a sociedade.

14. Que mensagem deixaria aos policiais militares sobre a importância da comunicação social institucional no serviço policial?

Minha mensagem é de reflexão e incentivo a todos os profissionais de segurança pública, precipuamente os policiais militares: comunicação é missão de todos nós. Cada policial é, sim, um comunicador da Instituição e deve ter em mente isso. Em cada fala, em cada gesto, em cada atitude — estamos representando a PMGO. Saber se comunicar bem é tão essencial quanto agir bem, visto que se refere ao conjunto de ações do policial militar. Invistam nessa habilidade, porque ela constrói confiança, gera respeito e aproxima as pessoas da nossa verdadeira missão, que é servir e proteger o cidadão. Que cada um de nós seja, além de um profissional da segurança, também um multiplicador da boa comunicação.