

Interacionismo e organizações: Performances on-line e imagem institucional da Polícia Militar de Pernambuco

Jacqueline Carvalho da Silva

Universidade de Málaga, Málaga, Espanha

Este artigo aborda as imagens da polícia, entendidas a partir do interacionismo simbólico, especificamente a partir das noções de representação em Erving Goffman, pensadas para as organizações policiais por Peter Manning. Assumimos que assim como nas interações face a face, entre atores sociais, as organizações executam também performances buscando apresentar aos seus públicos uma imagem positiva e coerente. Como estudo de caso, analisamos os mecanismos de projeção da imagem oficial da Polícia Militar de Pernambuco nas redes sociais, nomeadamente em sua *fanpage* do Facebook. Entrevistas com membros do departamento de comunicação da PMPE complementam a análise.

Palavras-chave: polícia, interacionismo, representações, performances, organizações

Interactionism and Organizations: Online Performances and Institutional Image of the Military Police of Pernambuco

explores the representations of the police based on a symbolic interactionist approach, specifically the notions of representation in Erving Goffman, translated to the context of police organizations by Peter Manning. The general idea is that much like face-to-face interactions between social actors, organizations attempt to perform to the public a positive and coherent image. As study case we analyze the mechanisms underpinning the projection of the official image of the Military Police of Pernambuco, Brazil. The research includes the analysis of the organizational social media, the Facebook fanpage, complemented by semi-structured interviews with members of the communication department of the Military Police.

Keywords: police, interactionism, representations, performances, organizations

Introdução

Goffman (1985) identifica nas interações face a face as representações como elemento fundamental da vida social, utilizando a metáfora do palco do teatro para entender os participantes das interações como atores que representam papéis. Neste artigo, pretendemos falar de performances e projeções de imagem institucionais, utilizando a metáfora do projetor de filmes, de slides, de imagens. Estamos tratando de representações que acontecem por meio de quase-interações mediadas¹, como define Thompson (1988), e são planejadas, produzidas, por vezes editadas e difundidas para os seus públicos.

Buscamos compreender os mecanismos de projeção da imagem institucional, seus objetivos e sentidos, a partir da Polícia Militar de Pernambuco (PMPE). Apesar da democratização do Brasil, na Constituição de 1988 as polícias estaduais ostensivas mantêm sua natureza militar e sua vinculação formal ao Exército. A manutenção das polícias estaduais como forças militares, auxiliares e de reserva do Exército implicou a permanência de resquícios de uma formação,

disciplina e hierarquia de caráter castrense. Isso significa a utilização de armamentos, treinamentos, códigos e regulamentos disciplinares militares para policiais que devem lidar com assuntos internos de segurança pública. Tais características implicam não apenas uma estrutura policial militarizada, mas também elementos simbólicos, valores e linguagem que a sustentam e que não são compatíveis com um projeto de segurança pública democrático.

Como muitas outras organizações policiais no mundo, a PMPE tem um departamento especializado em comunicação, a Assessoria de Comunicação (Ascom). Ele é o órgão responsável pela imagem oficial da organização e, portanto, é encarregado pelos *posts* nas redes sociais e pela seção de notícias na página oficial da corporação. Esses espaços de projeção direta da imagem organizacional aos seus públicos externos, sem a necessidade de mediação dos meios de comunicação social, surgem com as novas mídias. Muitas organizações, e não somente policiais, utilizam esses espaços para comunicar-se com seus públicos mais livremente. No caso das organizações policiais, os sites e as redes sociais oficiais das corporações são usados frequentemente; esses espaços de comunicação on-line da PMPE constituem o corpus on-line dessa pesquisa.

Entrevistas semiestruturadas com membros da Ascom nos ajudaram a compreender os objetivos e sentidos do conteúdo presente nesse espaço de comunicação. Assim, este trabalho é baseado em um estudo fundamentalmente qualitativo realizado com o método da análise de conteúdo temática, tanto no corpus on-line como nas entrevistas, o que permitiu identificar as perspectivas e os enquadramentos utilizados para apresentar a PMPE.

Os resultados apontam para um isolamento da PMPE em relação aos cidadãos, para uma autoimagem institucional voltada para o controle e a ordem social, em vez da segurança e do bem-estar da população. Essa performance é congruente com um modelo que historicamente carrega elementos incompatíveis com uma sociedade democrática: a doutrina militar estabelece elementos que formam uma força de combate (MUNIZ, 2001) insulada da sociedade (GUERRA, 2016). Juntamente com os altos índices de criminalidade violenta que enfrenta, esses elementos alimentam um ciclo perverso no qual a pressão por resultados, a forte e rígida hierarquia militar e a cultura organizacional mais próxima de uma ideologia de guerra do que de um serviço público resulta em uma corrida para capturar o inimigo.

Interações e performances organizacionais em Goffman

A centralidade da interação em Goffman fica evidente em “The Interaction Order” (1982), texto em que o autor apresenta o mundo da interação, ou a ordem interacional, como distinto e

relativamente independente da ordem estrutural. A ordem interacional é composta por uma grande variedade de práticas que não expressam diretamente a estrutura social. Interação e estrutura são, assim, relativamente independentes, e práticas interacionais podem mudar sem que a estrutura mude.

Goffman aponta que, diferente da estrutura, a ordem interacional é suscetível a modas e intervenções políticas e, portanto, muda suas práticas com mais fluidez. Um exemplo atual pode ser o caso do ingresso de negros nas universidades brasileiras por meio das cotas raciais. Tal intervenção política modifica os rituais de interação ao trazer novos atores para um espaço que antes não ocupavam. A estrutura social não é alterada imediatamente por essa medida, tendo em vista as desvantagens historicamente sofridas por esse grupo, mas a ordem interacional sim, já que novos atores e novas ações e interações emergem. As múltiplas possibilidades de cursos de ação a partir disso podem gerar conflitos, novas configurações de ordem e mudanças estruturais ao longo do tempo. Por isso é possível afirmar que elementos estruturais estão presentes nas interações, mas as interações não são uma expressão da estrutura social e sim uma expressão em relação à estrutura (GOFFMAN, 1982).

A existência de uma ordem interacional em Goffman se justifica pelo fato de que as nossas ações são socialmente situadas, uma vez que passamos a maior parte do tempo na presença de outros. Esse fenômeno tem consequências de uma natureza diferente do que se pode entender como estrutura social. O autor aponta que nossas ações e interações não podem ser explicadas como reflexo da estrutura, mas também não se trata de resumir as ações sociais à situação atual, sem nenhum nexos com o antes, com o compartilhado socialmente. As interações são possíveis graças à existência de “*behavior settings*” que informam sobre o lugar da interação e sustentam a ordem interacional.

Experiências anteriores, elementos culturais compartilhados, uma relação cognitiva com o antes de nós são o que possibilitam organizar as ações e interações. Assim, apesar das múltiplas possibilidades de configuração prática da ação ou interação, ela não é absolutamente situacional. A estrutura não determina as ações, mas ajuda a selecionar elementos do repertório cultural que possuímos; ela nos proporciona recursos culturalmente estabelecidos que possibilitam as interações, mas não as programa totalmente (*Idem*).

Peter Manning, estudioso da obra de Goffman, também esclarece que a noção de estrutura nela é presente, porém frágil; ela existe e circunscreve os cursos de ação e interação, mas não os determina:

Os atores agem, interpretam e reagem dentro dos constrangimentos da estrutura – a densidade das interações, a clareza das normas, a consistência de seu ser marcado e os sentimentos a elas vinculados. Não há presente sem tal história, mas a estrutura permanece relativa nas situações. (...) Isso significa, em suma,

que grande parte da vida social é baseada em vislumbres, momentos, nos quais a estrutura social fica em segundo plano em vez de estar presente. Contudo, o show deve continuar (MANNING, 2003, p. 10).

Em *A representação do eu na vida cotidiana* (1985), Goffman se propõe a estudar a vida social, as interações humanas e as suas lógicas. Tendo o mundo interacional como campo de estudo, o autor desvela os mecanismos de funcionamento das interações face a face por meio do conceito central de “representação”, entendida como “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre este alguma influência” (GOFFMAN, 1985, p. 29). Goffman utiliza a metáfora da dramaturgia para demonstrar que os atores sociais, quando estão na presença de outros, procuram construir e projetar uma imagem de si mesmos de acordo com o papel social que desempenham em cada momento.

Os papéis sociais pertencem ao mundo da estrutura, são aprendidos por meio da socialização e servem de guia, produzindo expectativas sobre si e sobre os outros, durante a representação. É possível pensar em atores mais “sinceros” ou mais “cínicos” em relação aos papéis desempenhados em cada situação, mas o objetivo geral de cada um deles é sustentar uma definição de situação particular e apresentar uma imagem de si mesmos que seja convincente, adequada e positiva, escondendo possíveis falhas. Isso porque a representação, apesar de fundamental para as interações sociais, é frágil e pode ser quebrada. É aí que se apresenta a “discrepância entre o nosso eu demasiado humano e o nosso eu socializado” (*Ibid.*, p. 58). Nas representações cotidianas, precisamos conseguir demonstrar coerência e estabilidade, controlando impulsos e estados de espírito instáveis.

Em Goffman (*Ibid.*), tal perspectiva interacionista pode ser aplicada não apenas a atores individuais diante de uma plateia, mas também a grupos de indivíduos que atuam em conjunto em uma representação. Pode acontecer inclusive que o interesse principal da representação não seja apresentar características dos atores envolvidos, mas cooperar para manter uma dada impressão sobre a tarefa que desempenham juntos. O autor chama de “equipe de representação” qualquer conjunto de indivíduos que cooperem em uma representação diante de uma plateia.

Dentro de diferentes grupos que compõem uma organização podem formar-se distintas equipes de representação (equipes de chefes e de empregados, por exemplo). A plateia dessas equipes pode ser constituída de pessoas que trabalham na instituição ou de pessoas de fora que a acessam como clientes, parceiros, fiscais etc. Também é possível compreender todos os membros de uma organização como uma só equipe de representação quando, por exemplo, uma rede de televisão faz uma reportagem a respeito do funcionamento da organização e todos participam na representação de uma imagem positiva durante as gravações.

Os indivíduos que fazem parte de uma organização podem se diferenciar em atividades mais ou menos dramáticas. Alguns podem permanecer quase sempre na zona de bastidores, enquanto outros podem estar constantemente diante da plateia; e algumas organizações delegam a tarefa de construção da imagem positiva a um especialista (*Ibid.*). No caso das organizações policiais, tem se popularizado ao redor do mundo a criação de departamentos de comunicação social responsáveis por aquilo que poderíamos chamar de definição *projetada* da situação. O objeto de estudo de que trata este texto, a imagem oficial projetada ou a representação da polícia enquanto organização, é circunscrito justamente pelos órgãos responsáveis pela comunicação organizacional e suas estratégias de representação diante de diversas audiências. É a partir de Peter Manning que passamos a olhar as organizações policiais também como atores sociais que têm a necessidade de interagir e representar ou projetar uma imagem institucional.

A contribuição de Manning (2008) é ressaltar que as noções de interação e representação de Goffman, apesar de tratarem em maior grau das interações face a face entre indivíduos, podem ser aplicadas às organizações policiais. Estas também desempenham performances e procuram exaltar suas qualidades e encobrir suas falhas diante de audiências.

É preciso definir e entender o conceito de organização usado por esse autor, já que, assim como em Goffman, ele apresenta a interação como elemento central. Para Manning (*Ibid.*), organização é uma etiqueta para descrever ações e atividades repetidas, comuns e coordenadas por autoridades. Sem as interações entre os atores não existem organizações. Não obstante, isso não significa dizer que é possível entender o funcionamento e a dinâmica de uma organização apenas reduzindo sua existência às interações face a face que a compõe. A organização é uma entidade abstrata, mas o processo organizativo é relacional, se dá entre os atores.

Uma característica fundamental da organização é que ela é um espaço de limitação da ação. As limitações vão desde o aspecto material (espaços, ferramentas de trabalho) até as regras, os postos, as rotinas, as obrigações. Assim, a determinação de objetivos, metas, planos estratégicos etc. dentro de uma organização funciona como ferramenta para reduzir as escolhas dos seus componentes, mas não é capaz de as definir ou controlar absolutamente. As ações dos atores que pertencem a uma organização não são totalmente moldadas por ela. Internamente, as organizações são um conjunto de rotinas de trabalho, interações densas e grupos de interação construídos e reconstruídos ao longo do tempo, “arquipélagos de ordem” que levam as pessoas ao conflito, à cooperação e à competição (MANNING, 2008).

As organizações, portanto, assim como os atores, interagem e buscam representar a melhor imagem de si mesmas. As estatísticas, por exemplo, são uma forma de a organização se comunicar, sendo úteis tanto para os diretores monitorarem o trabalho dos funcionários quanto para a organização como um todo apresentar o seu trabalho para suas audiências – a população

da cidade, os meios de comunicação, outras organizações, o Estado, órgãos internacionais etc. Nas organizações em que escolhas importantes entre diversos cursos de ação possíveis são tomadas na escala mais baixa da hierarquia, como é o caso de professores em escolas e de policiais que fazem patrulhamento, o enquadramento das situações e as tomadas de decisão nas situações práticas são cedidos a eles, esperando que não se produzam erros visíveis que afetem as imagens das organizações.

A configuração da interação, quando tratamos de uma organização e não de indivíduos, também é distinta em termos da plateia. As organizações policiais têm plateias diversas, como outras organizações do sistema de justiça criminal, dirigentes do governo, outras polícias e os cidadãos, por exemplo. Considerando que a maior parte da população comum não tem contato direto com a polícia, existe frequentemente uma representação de caráter mediado, seja por meio das organizações de comunicação social ou das novas tecnologias de comunicação. Goffman (1985) usa o termo “plateia inconsistente” para definir plateias que não estão em contato face a face. Ele dá um exemplo de uma audiência maciça e fisicamente distante do ator ou da equipe que realiza a representação e a que estão submetidos aqueles que trabalham na televisão, por exemplo. E destaca que a importância e a preocupação de tais atores em executar uma representação capaz de passar a impressão correta é proporcional ao grande número de componentes da plateia, ainda nesses casos de representações que ocorrem em espaços e tempos distintos.

Para abordar as organizações policiais, é preciso esclarecer a diferença entre as representações individuais ou em grupo no momento em que os policiais atuam diante dos seus públicos durante seu trabalho cotidiano e a representação ou projeção da imagem organizacional. Na próxima seção, abordaremos esse tema para definir melhor o tipo de interação organizacional em que estamos interessados.

A performance policial

No caso das organizações policiais, nos interessa aqui em específico as performances em nível organizacional, que extrapolam as interações face a face e integram outros espaços e outras vozes, constituindo representações mediadas pelas mídias e novas mídias. Mawby (2002) utiliza o modelo de tipos de interações de Thompson (1988) para aplicá-lo às organizações policiais e ajuda-nos a definir em que tipo de interações e representações estamos interessados:

Quadro 1 – Tipos de interação de Thompson (1988) aplicados à polícia²

Tipo de interação	Exemplo na polícia
Interações face a face – atores presentes no mesmo tempo e lugar	Encontros diários entre polícia e seus públicos – respostas às emergências e outras solicitações, investigações de crimes, prevenção de crimes, fiscalização no trânsito, confrontos na manutenção da ordem pública
Interações mediadas – meios técnicos separam os atores, possivelmente no espaço e no tempo	Conversa telefônica entre polícia e público, por ex. denúncia de um crime; Conversa telefônica entre polícia e mídia, por ex. para coleta de informação para notícias no rádio, jornal ou TV; fax da Assessoria de imprensa da polícia para agências de notícias; cartas da polícia para indivíduos a respeito de processos criminais, progresso de investigação etc.
Quase-interações mediadas – comunicação unidirecional destinada a grandes audiências	i) Produzidas pela polícia: relatórios anuais, boletins informativos, documentos para consulta (ex. instruções para segurança em casa), participação em programas de TV, programas de rádio, jornais e revistas ii) Produzidas por outros: programas de TV, rádio, jornais, revistas etc.

Fonte: Mawby (2002).

O Quadro 1 mostra três tipos de interação. As primeiras são as interações face a face, que, no caso da polícia ostensiva, envolveriam os encontros diários dos policiais com a população na execução de suas tarefas cotidianas. As interações mediadas, por sua vez, envolvem algum meio técnico que separa os atores no espaço e/ou no tempo, que podem ser telefones, e-mails, cartas etc. Esses dois tipos de interação envolvem atores definidos que se comunicam diretamente na presença um do outro ou por meio de algum veículo que media a interação. O terceiro tipo, as quase-interações mediadas, porém, envolve uma comunicação unidirecional e busca atingir grandes audiências, ou uma plateia inconsistente, nos termos de Goffman (1985).

Mawby (2002) divide as quase-interações mediadas entre aquelas produzidas diretamente pela polícia e aquelas produzidas por meios de comunicação externos. Dentre as primeiras, acrescentaríamos a participação nas mídias on-line, nos sites oficiais e nos perfis em redes sociais oficiais das polícias. No caso das interações por meio de perfis em redes sociais, a categorização, nesse modelo, estaria entre as interações e as quase-interações mediadas, uma vez que existe pontualmente comunicação direta entre público e organização por meio dos perfis on-line.

A polícia, portanto, é um tipo de organização em que a representação é fundamental nos três âmbitos de interação aqui descritos. Manning (2001), para compreender a centralidade das performances nas organizações policiais, utiliza a perspectiva dramatúrgica, entendida como “uma perspectiva que enfatiza o uso de símbolos para transmitir impressões a uma audiência. (...)”

A dramaturgia examina como os símbolos (materiais e não-materiais) são seletivamente apresentados para impressionar uma audiência” (MANNING, 2001, p. 316).

Manning (2003) aponta ainda que tal perspectiva é normalmente associada a análises micro-interacionistas, mas que é possível pensar na performance como objeto de análise e no ator social não apenas como um indivíduo, mas também como uma organização. O que o autor faz é uma tradução da metáfora do teatro nos encontros face a face de Goffman (1985) para as organizações, que interagem com diversas audiências e buscam executar performances satisfatórias para manter a legitimidade social, assim como para definir a situação de modo positivo.

O que está no centro da performance e é controlado pelas organizações são as informações. As organizações precisam controlar as informações a seu respeito e isso é especialmente importante para as organizações policiais. Podemos dizer que assim como um ator social age simbolicamente e suas ações envolvem reflexão e expectativas sobre a reação de outros, as organizações também o fazem. Ao manejar informações e as publicitar oficialmente, as organizações o fazem simbolicamente, ou seja, atentas aos sentidos e às expectativas de reação de suas audiências (MANNING, 2003). Assim, as organizações produzem performances, agem por meio do drama, para comunicar informações positivas e coerentes sobre elas mesmas.

A incerteza (*uncertainty*) é um elemento chave para entender a noção de drama na polícia em Manning. Na interação, seja face a face ou mediada, a presença de incertezas cria tensões e a necessidade de normalizar a situação. Aqui, entendemos incertezas como situações não controladas, tensas e incômodas que podem trazer dúvidas ou desacreditar a performance. O drama serve para manejar e/ou reduzir as incertezas e, quando se trata de organizações, pode ajudar na manutenção da hierarquia organizacional, na legitimação de autoridade e na manutenção da credibilidade diante de situações incômodas ou inesperadas (*Idem*, 2001).

Lidar com as incertezas é fundamental não apenas para a projeção de uma imagem oficial coerente, mas também para o funcionamento interno das organizações. No caso da polícia, isso é crucial para a manutenção de hierarquias internas, bem como para a manutenção da aparência de controle sobre as situações em que a polícia é chamada a agir (*Idem*). Projetar uma imagem positiva e coerente passa, portanto, por lidar com as incertezas do trabalho policial. Nesse sentido, o drama seria a capacidade das organizações policiais de criar essa imagem satisfatória, apesar da complexidade das situações em que estão inseridas. A dramatização do trabalho policial serve tanto para buscar legitimidade externa como para conferir sentido à ordem interna às organizações. A produção de imagens sobre si e para dentro das organizações informa aos seus membros o que ela é, o que é positivo, e legitima sua hierarquia e suas regras de funcionamento.

As incertezas estão no centro do trabalho policial porque a polícia, em sociedades democráticas, têm uma dupla função: garantir a ordem, agindo quando necessário para restaurar

a paz social, e proteger os direitos individuais. O “dilema de estar entre a lei e a ordem” (SKOLNICK, 1966; COSTA, 2004) aponta para as dificuldades do trabalho policial devido a essa dupla função. Os limites da atividade policial e as múltiplas variáveis que influenciam a ação policial compatível ou não com o Estado democrático de direito foram discutidos em outra ocasião (cf. DA SILVA, 2011).

As peculiaridades e incertezas do trabalho policial também são destacadas por Ericson (2005) e Goldstein (1960), que apontam para a inexorabilidade do poder discricionário no trabalho da polícia, e por Bittner (2005), Goldstein (2004) e Manning (2001), que destacam o mandato impossível assumido pelas polícias quando se reconhecem e são reconhecidas como responsáveis pelo controle do crime, quando sabemos que a paz social requer outros mecanismos (socialização, educação e políticas públicas) e não é alcançada apenas por meio da vigilância e da ameaça de uso da força pela polícia. São essas incertezas ou contradições do trabalho policial que exigem ajustes nos desempenhos para alcançar uma imagem institucional coerente e positiva.

Além disso, o trabalho da polícia desperta interesse e é frequentemente avaliado não apenas por aqueles que interagem diretamente com seus membros, mas acima de tudo pelos meios de comunicação. A imagem pública da polícia é muitas vezes frágil e é por isso que há cada vez mais departamentos especializados em comunicação nas organizações policiais para conseguir performances mais satisfatórias e uma imagem institucional mais positiva.

Definição de imagem

Quando falamos de imagem da polícia, há várias possibilidades de recortes. Muitos trabalhos tratam da imagem ou das representações que a população tem a respeito da polícia, como opinião pública, e por meio de pesquisas quantitativas é possível identificar como a polícia é avaliada por uma comunidade (MARTÍN, 1996; CEBULLA e STEPHENS, 2010, entre outros). Outros tratam das representações que os policiais têm sobre o seu trabalho (PORTO, 2004; BAJOTTO, 2009, SOUZA, 2014, entre outros), e ainda é possível analisar a imagem projetada da polícia na mídia e nas novas mídias (SURETTE, 1998; NJAINE et al., 2009; COLBRAN, 2014, entre outros). Aqui, como já mencionado, estamos mais interessados pela imagem projetada diretamente pela organização policial, uma vez que estamos olhando a polícia através da lente do interacionismo simbólico e entendemos que, como organização, a polícia precisa executar performances para manter uma imagem positiva e lidar com as incertezas que permeiam seu trabalho.

No âmbito das novas mídias, há uma multiplicidade de espaços em que a imagem policial é projetada e desde várias fontes. É cada vez mais comum que as polícias do mundo tenham não

apenas sites oficiais, mas contas oficiais em redes sociais nas quais postam diariamente informações sobre o trabalho policial. Além disso, grupos não oficiais de policiais também produzem informações sobre seus trabalhos e as publicitam on-line por meio de blogs, canais de vídeos no YouTube e redes sociais como Twitter e Facebook. Esse tipo de projeção de imagem tem sido muito mais controlado desde a organização e é normalmente coordenado por órgãos de comunicação internos. O âmbito da internet é particularmente delicado porque dá voz e amplo alcance a uma grande quantidade de atores. As informações e imagens que circulam nesse meio são difíceis de controlar e filtrar, o que pode gerar dificuldades de uma projeção de imagem coerente da organização.

Entre as múltiplas imagens das polícias, o objetivo aqui é identificar aquelas projetadas deliberadamente pelas organizações policiais como imagens oficiais por meio do órgão competente para tal – no caso da PMPE, a Ascom. Estamos interessados nas imagens projetadas diretamente por esse órgão no ambiente on-line, mais especificamente no perfil social oficial da organização. Buscamos analisar as representações ou performances oficiais da polícia, aquelas que são mais controladas e pensadas como imagem institucional a ser projetada. Como este trabalho centra-se na performance das organizações policiais planejadas desde os departamentos de comunicação das polícias por meio das novas mídias, mobilizaremos o termo *projeções de imagem*, em vez de representações, entendendo que se tratam de representações pensadas e divulgadas ao público externo por quase-interações mediadas.

Novas mídias e novas performances

Se Thompson (1988) identificava uma mudança enorme nas interações sociais e no mundo visível com a chegada da televisão, o âmbito da internet proporciona não só a possibilidade de interações mediadas pelo computador ou smartphone, como também uma quantidade enorme de quase-interações mediadas de alcance muito maior que os canais de televisão, com os perfis no Twitter ou conteúdos produzidos pelos mais diversos atores e com recordes de seguidores, visualizações e compartilhamentos: “a internet é singular não porque ‘conquista espaço e tempo’, mas porque é a primeira estratégia que opera de acordo com um padrão ou uma lógica de muitos-para-muitos” (SURRETT, 2001, p. 42).

Nesse novo cenário midiático, é possível pensar em um cidadão-jornalista (GREER e MCLAUGHLIN, 2010), devido à capacidade tecnológica de cidadãos produzirem material audiovisual ou fotográfico que podem ganhar visibilidade na internet. Os enquadramentos propostos pelos meios tradicionais de comunicação na divulgação de notícias, por exemplo, podem

também ser questionados diante de conteúdos veiculados on-line. Assim, o poder das novas mídias está também na capacidade de produzir informações ou veicular provas que podem ser capazes de reafirmar o discurso da mídia oficial ou de transformá-lo. As novas mídias também impactaram o funcionamento das organizações ao abrirem a possibilidade de comunicação mais direta com suas audiências, sem os filtros dos meios de comunicação tradicionais, ainda que normalmente não atinjam o grande público na mesma proporção que os jornais e canais de televisão.

No meio on-line, as audiências são mais específicas e consomem conteúdos de acordo com os seus interesses, formando nichos específicos. Nesses espaços de comunicação mais direta com as organizações, torna-se possível a “construção de redes de relacionamento sustentadas pelo interesse de segmentos da sociedade, em temas de utilidade pública e social como saúde, ciência, educação, políticas públicas, direitos humanos e política eleitoral” (RIBEIRO, 2013, p. 102). As novas mídias, portanto, surgem como canais importantes para as organizações projetarem suas imagens institucionais, ampliarem suas audiências e proporem seus próprios enquadramentos na produção também de notícias, sem a necessidade de adequação à agenda midiática dos meios de comunicação de massas para conseguir visibilidade.

Departamentos de polícia por todo o mundo têm utilizado essas ferramentas para se comunicarem com o público em caso de distúrbios – como aconteceu em Londres em 2011 ou durante a maratona de Boston em 2013³ –, bem como em caso de catástrofes naturais – como os casos dos terremotos no Haiti em 2009 e no Chile em 2010. Por meio das redes sociais, com uma rapidez e um alcance muito maiores que os meios tradicionais de comunicação, a polícia foi capaz de, a cada momento, fornecer informação para os cidadãos e mesmo corrigir falsas informações divulgadas pela mídia. Nesses momentos, perfis em redes sociais oficiais das polícias passam a ser uma fonte importante de informação não apenas para os cidadãos, mas também para os jornais e canais de televisão.

Nesse sentido, a grande capacidade de difusão de informação nas redes permite a comunicação com os cidadãos e, como tal, essas ferramentas contribuiriam para melhorar a relação da polícia com a sociedade, conferindo maior transparência e legitimidade. Apesar dessas promessas, muitos estudos mostram que a comunicação via redes sociais, realizada por quase todos os departamentos de polícia, têm casos de êxito pontuais, como os casos anteriormente mencionados, mas a tônica geral é menos interativa do que se poderia esperar. Grimmelikhuijsen e Meijer (2016), ao estudarem a presença da polícia holandesa no Twitter, identificaram a falta de interatividade e o pouco impacto, ainda que positivo, na legitimidade e transparência da organização para os cidadãos no uso dessa ferramenta de comunicação on-line. Sachdeva e Kumaraguru (2014) também apontam que os usos das redes sociais pelas organizações policiais ao redor do mundo podem variar e não necessariamente envolvem interação direta entre polícia e seus públicos.

Em 2008, as polícias do Reino Unido passaram a utilizar as redes sociais para se aproximarem dos cidadãos, na busca de maior confiança por parte da população. Casos como o da Greater Manchester Police (GMP) em 2010 chamam a atenção, dada a estratégia utilizada para ganhar visibilidade nas redes: esse departamento de polícia publicou no Twitter todos os incidentes notificados pela polícia durante um dia, utilizando a *hashtags*⁴ “#gpm24”. Tal experimento ganhou atenção e multiplicou por cinco o número de seguidores de sua conta.

Nas redes sociais, há espaço para as polícias ganharem visibilidade, projetarem uma imagem organizacional e ganharem popularidade. Também há espaço para novas vozes, para cidadãos-jornalistas, para críticas e para a possibilidade de tornar visível uma série de elementos positivos ou negativos para a imagem das corporações. Por isso, algumas estratégias comunicativas que buscam dar visibilidade às organizações on-line podem gerar efeitos não pretendidos, como o caso da *hashtag* proposta em 2014 pela polícia de Nova York, “#MyNYPD”. A ideia era tornar visíveis situações positivas entre a polícia e a população por meio do incentivo à divulgação, pelos usuários do Twitter, de imagens acompanhadas da *hashtag*. Mas em vez de conseguir maior visibilidade positiva e legitimidade, houve uma grande quantidade de publicações que mostravam situações de conflitos e violência protagonizados pela polícia, acompanhadas de críticas à organização. O então comissário do Departamento de Polícia de Nova York, Bill Bratton, declarou à imprensa: “Muitas vezes, as atividades policiais são lícitas, mas parecem horríveis”⁵. De fato, os efeitos negativos para a imagem pública da organização gerados pela divulgação dessas fotos por meio da *hashtag* independem da legalidade ou do contexto da situação que algumas imagens registram. A polícia é autorizada a utilizar a violência em caso de necessidade e os limites para essa utilização são bastante complicados de definir, especialmente quando avaliados por imagens congeladas.

No Brasil, as redes sociais oficiais das organizações policiais não alcançaram tanta popularidade até o momento. Um estudo feito em 2009⁶, porém, identificou as características de um fenômeno de outra natureza, envolvendo polícia e novas mídias: a blogosfera policial. Em 2007, vários blogs ao redor do país começaram a ser publicados por jornalistas, mas majoritariamente por policiais militares, civis e guarda municipais, sobre temas de segurança pública, motivados, segundo os resultados da pesquisa, por terem voz no debate sobre segurança. A visibilidade conseguida on-line e o interesse da mídia formal nesses novos espaços apontaram para o sucesso do tema em todo país. A possibilidade de comunicar sem intermediação da imprensa e a possibilidade de interação, criando redes de pessoas interessadas no tema da segurança, foram elementos fundamentais para a popularização desses novos espaços de comunicação.

O ambiente on-line definitivamente passou a desempenhar um papel importante para as organizações policiais ao redor do mundo e tem ganhado atenção dos seus públicos, com as mais distintas consequências para sua imagem. A maioria das organizações policiais utiliza a internet

no formato *broadcasting*, isto é, para difusão de informações com pouca interação com seus públicos. Apesar disso, esses canais de comunicação tem se proliferado e aberto a possibilidade de maior interação entre polícia e cidadãos, ainda que se configurem, na maioria das vezes, como quase-interações mediadas.

O caso da performance on-line da PMPE

Metodologia

Para analisar a performance institucional da PMPE, analisamos o conteúdo das publicações da *fanpage* oficial da organização, no Facebook. No momento da captura dos dados, em fevereiro de 2016, a *fanpage* tinha mais de 12 mil curtidas na página. Há, porém, uma constante mudança no nome oficial e na quantidade de seguidores⁷. Também há vários perfis que aparecem e desaparecem na rede social com o nome da organização⁸. Os dados aqui analisados são os que estavam disponíveis no momento da captura, na *fanpage* oficial divulgada no site oficial da PMPE. Os *posts* analisados são os divulgados entre 1º de julho e 31 de dezembro de 2015.

No período analisado, porém, não há registros de interação significativa entre a PMPE e os seguidores da *fanpage*, o que foi observado a partir da análise dos comentários públicos dos *posts*. A *fanpage* serve mais como um espaço de difusão de conteúdos pela PMPE do que como um espaço de comunicação entre a polícia e os cidadãos. Com auxílio da ferramenta NCapture, do programa Nvivo11, foi possível capturar o conteúdo publicado na *fanpage* oficial do Facebook da PMPE no período mencionado.

Tendo em vista que nos interessava encontrar os sentidos da informação disponibilizada na *fanpage* oficial no Facebook e estar atentos ao que tais informações podiam dizer sobre a imagem desejada da polícia, optamos pelo critério semântico de categorização, resultando em uma análise de conteúdo temática. Identificamos os temas presentes nos diferentes dados que compõem o nosso corpus de análise, buscando reduzir a complexidade desses dados e ter uma visão geral dos temas mais citados e seus enquadramentos, levando em consideração o contexto da publicação e as entrevistas que nos informaram sobre os objetivos e sentidos do corpus on-line analisado. As categorias temáticas representam o resultado de um esforço de síntese dos dados, destacando nesse processo seus aspectos mais importantes de acordo com os objetivos da pesquisa.

Além da análise do conteúdo publicado na *fanpage* oficial, foram realizadas entrevistas, em novembro de 2015, com membros da Ascom, de modo a contextualizar e compreender melhor os objetivos e sentidos da performance on-line da PMPE. A Ascom tem 17 membros e é dividida

em três subseções⁹, cada uma com um responsável. Realizamos cinco entrevistas, sendo duas com oficiais responsáveis pelas subseções e três com praças – um sargento responsável por uma das subseções e dois cabos, componentes das equipes de jornalismo e produção de fotos e filmagens.

Quadro 2 – Entrevistas realizadas

Código	Cargo
E01	Responsável da subseção de Publicidade/Propaganda e Assuntos Cívicos
E02	Responsável da subseção de Imprensa/ Jornalismo e Cerimonial
E03	Responsável da subseção de Apoio administrativo e Relações Públicas
E04	Membro da equipe de jornalismo
E05	Membro da equipe de produção de fotos e filmagens

Fonte: Elaboração própria.

Resultados

Nas entrevistas com os membros da Ascom, o Facebook foi descrito como um espaço menos formal e com mais visibilidade que o site oficial da PMPE. A presença da organização policial no Facebook começou com um perfil criado pela Ascom em 2012 e o número solicitações de amizade fez com que fosse necessária a criação da *fanpage*, dado o limite de amigos que se pode agregar em um perfil pessoal:

– A gente começou com o *Face* e a gente não sabia que ia ser tão acessado e tão procurado. Então a gente teve a necessidade de fazer a *fanpage* e hoje quando a gente adiciona, muitas vezes o usuário já vai direto para a *fanpage* porque não cabe mais no *Face*. (E04)

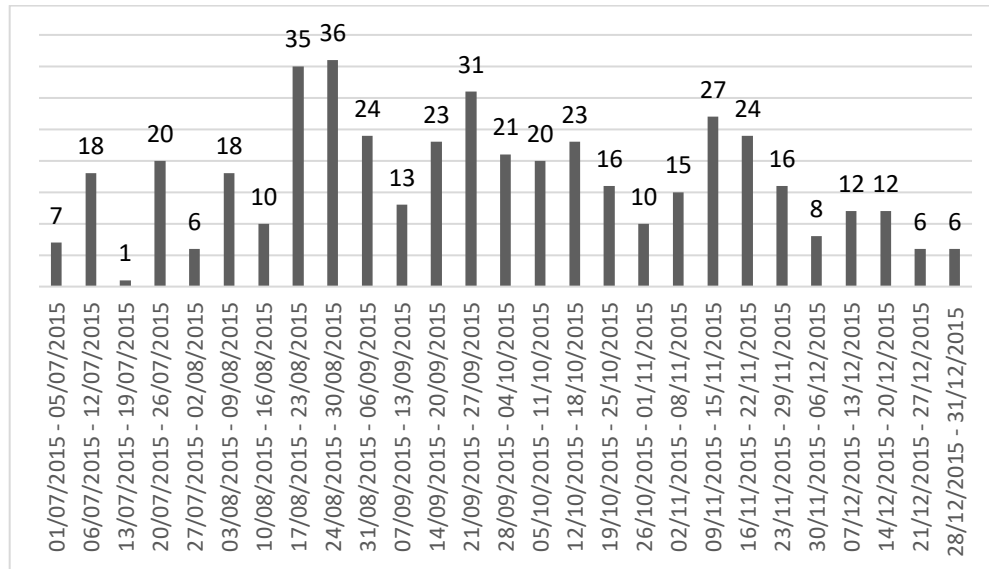
Além de maior visibilidade, nas entrevistas também foi ressaltado que o Facebook é uma ferramenta que permite comunicação entre a polícia e seus públicos, outra vantagem elencada em relação ao site oficial:

– O *Face* tá uma ferramenta muito melhor que o site porque dentro do *Face* nós temos pessoas que, seguidores, temos seguidores que não são só pessoas da polícia. São pessoas de fora. E aí a gente tenta também dentro desse... É... Eu tento fazer isso sempre no período da tarde que é um período mais tranquilo, que é responder as pessoas do *Face* porque eles conversam com a polícia. (E04)

– [O Facebook] também serve para a gente trocar informações com o público externo quando ele tem uma dúvida. “Quando é que abre concurso?”, “quais são os critérios para entrar?”, “mas por que a polícia agiu assim? Não foi legal”, uma denúncia... A gente capta dali também algumas coisas para a gente fazer encaminhamentos ou pra a gente intervir mesmo, criar resposta. É uma forma que a gente tem de tá integrado com a comunidade. (E01)

A seguir temos um gráfico com o número de publicações na *fanpage* da PMPE por semana durante o período analisado:

Gráfico 1 - Número de posts publicados na *fanpage* oficial no Facebook da PMPE por semana (julho a dezembro de 2015)



Fonte: Elaboração própria.

Há um total de 458 postagens no período. Com uma ferramenta do Nvivo11, foi possível identificar que 265 *posts* são links diretos do site oficial da PMPE, o que significa a repetição do conteúdo da notícia do site oficial da PMPE no Facebook. As 193 restantes não são links diretos, mas 47 delas são textos iguais aos publicados no site, uma cópia do conteúdo. Assim, há um total de 313 *posts* no Facebook que são compartilhamentos ou cópias do conteúdo do site oficial, o que significa um conteúdo duplamente divulgado nos dois canais de comunicação direta da PMPE com o público externo. A Ascom é a responsável tanto pelos *posts* no Facebook como pela seção de notícias no site oficial.

Os temas abordados em esses 313 *posts* duplamente compartilhados estão na Tabela 1, juntamente com sua frequência de aparição na *fanpage*.

Tabela 1 - Posts/reportagens (por temas) originalmente do site da PMPE presentes na fanpage/Facebook da PMPE

Temas dos posts	Descrição	Frequência/ número de <i>posts</i>
Ocorrências policiais	Apreensão de armas e drogas, detenções...	204
Eventos da corporação	Homenagens, prêmios, solenidades...	22
Atividades para policiais	Convites ou registro de eventos voltados para os policiais militares: palestras, atividades esportivas, campanhas de saúde	19

Ações preventivas	Programa Escola Segura, Patrulheiro Mirim, Campanha do desarmamento, atividades do Proerd (Programa Educacional de Resistência às Drogas), Nuprev (Núcleo de Prevenção à Violência)...	12
Formação	Treinamentos, palestras, cursos, estágios...	08
Atividades do comandante geral	Visitas de cortesia, solenidades, pronunciamentos...	06
Atividade com a polícia	Eventos voltados para a relação polícia e comunidade: Fóruns, Campanhas, atividades esportivas, comemorações...	05
Relação com outros órgãos ou polícias	Encontros e operações conjuntas com outras polícias, Atividades na SDS (Secretaria de Defesa Social de Pernambuco), Ministério público...	04
Divulgação de serviços e melhorias na organização	Lançamento de programas, inauguração de novas instalações e serviços, aumento de efetivo...	04
Ações sociais	Arrecadação de alimentos e outros doativos para famílias e organizações carentes, atividades em hospitais...	05
Eventos religiosos	Missas, cultos, cerimônias religiosas	04
Saúde	Campanhas, palestras e informações, com a participação da PMPE, voltadas para a população (tabagismo, Aedes aegypti, doação de sangue...)	04
Colégio da PM	Atividades, eventos, processos seletivos...	03
Meio ambiente	Resgate de animais, combate a ataques de tubarões, crimes contra a fauna	02
Planejamento policial	Reuniões para planejar ações policiais em locais e grandes eventos	02
Policimento em eventos	Divulgação de Policiamento em eventos específicos, com grande aglomeração de pessoas	02
Trânsito	Informações sobre Emplacamento das “cinquentinhas” e palestras sobre riscos no trânsito	02
Atividade de ressocialização para policiais presos	Atividades culturais no Centro de Reeducação da Polícia Militar de Pernambuco (Creed)	02
Falecimento de policiais	Mortes de policiais em serviço e suicídio de policiais	01
Outros	Temas que aparecem apenas uma vez	02
Total		313

Fonte: Elaboração própria.

Completando o conteúdo dos *posts* na *fanpage* no período analisado, 145 *posts* são exclusivamente postados nesse espaço. Na Tabela 2 temos os temas contemplados e sua frequência:

Tabela 2 - Posts (por tema) exclusivos da fanpage/Facebook – não presentes no site

Temas exclusivos da fanpage	Descrição	Frequência/ número de posts
Foto de “bom dia”	Posts nos quais há uma foto acompanhada dos dizeres: “Polícia Militar de Pernambuco deseja a todos um bom dia! ”	62
Ocorrências policiais	Apreensão de armas e drogas, detenções...	38
Posts apenas com fotos	Fotos com cartazes de campanhas de saúde, comemoração de 10 mil curtidas, dia das crianças, dias dos pais etc.	15
Eventos da corporação	Homenagens, prêmios, solenidades...	06
Atividade com a polícia	Convites ou registro de eventos voltados para os policiais militares: palestras, atividades esportivas, campanhas de saúde	04
Ações sociais	Arrecadação de alimentos e outros donativos para famílias e organizações carentes, atividades em hospitais...	03
Eventos religiosos	Missas, cultos, cerimônias religiosas	03
Saúde	Campanhas, palestras e informações, com a participação da PMPE, voltadas para a população (tabagismo, Aedes aegypti, doação de sangue...)	03
Divulgação de serviços e melhorias na organização	Lançamento de programas, inauguração de novas instalações e serviços, aumento de efetivo...	03
Ações preventivas	Programa Escola Segura, Patrulheiro Mirim, Campanha do desarmamento, atividades do Proerd (Programa Educacional de Resistência às Drogas), Nuprev (Núcleo de Prevenção à Violência)...	02
Outros	Temas que aparecem apenas uma vez	06
Total		145

Fonte: Elaboração própria.

A grande diferença de conteúdo entre as notícias divulgadas no site e no Facebook é a publicação do “bom dia” na fanpage junto a uma foto da organização. São fotos promocionais da organização e captam majoritariamente os policiais em serviço, bem como enfatizam os meios de patrulhamento que eles utilizam, como motos e viaturas. A comunicação mais direta que o Facebook possibilita foi destacada nas entrevistas e os posts de “bom dia” foram identificados como um exemplo dessa comunicação:

– A gente todo dia tem o bom dia do Facebook, todo dia a gente seleciona uma foto, o pessoal seleciona e a gente dá um bom dia para a sociedade com uma foto, uma foto nossa e “Bom dia! Polícia Militar de Pernambuco”. (E02)

– Até quando a gente bota um “bom dia”, que todo dia a gente bota um “bom dia” no Face, a gente vê que tem não sei quantos compartilhamentos, não sei quantas curtidas, e quando a pessoa comenta, a gente vai lá e curte todos os comentários. Se a pessoa pergunta alguma coisa, a gente tenta responder; muitas vezes o dia da gente é tão atarefado que não dá tempo, não dá tempo de você corresponder. Mas o Facebook tem essa interação que o site não tem. (E04)

Apesar da ênfase na possibilidade de comunicação com o público externo nas falas dos membros da Ascom, os *posts* de “bom dia” aparecem como única iniciativa visível de fomentar uma comunicação mais direta com os cidadãos. As polícias ao redor do mundo desenvolvem várias estratégias no âmbito das redes sociais; a maioria, assim como a PMPE, as utiliza como um canal de disseminação de informação, sem muita interação entre polícia e cidadãos (SACHDEVA e KUMARAGURU, 2014). Isso não significa que o conteúdo divulgado não possa ser útil e de interesse da população. Aqui, porém, a questão envolve não apenas o tipo de estratégia comunicativa, mas o conteúdo divulgado. Se a PMPE busca por meio da Ascom criar canais, ainda que apenas para a disseminação de informação, sem os intermediários dos meios de comunicação de massas, esses canais não têm sido aproveitados nas redes sociais, uma vez que o conteúdo divulgado não está pensado para o interesse dos cidadãos, mas antes para os interesses da própria corporação.

Como é possível comprovar nas tabelas 1 e 2, o conteúdo de maior presença na *fanpage* do Facebook são as ocorrências policiais. Para além de compartilhar grande parte do seu conteúdo com o site, os *posts* exclusivos da *fanpage* seguem a mesma linha e repetem os temas das notícias publicadas no site oficial, com exceção dos *posts* de “bom dia”. O Facebook, apesar de descrito nas entrevistas como um espaço de maior comunicação com os cidadãos não funciona assim na prática. Por outro lado, em vez de funcionar como um espaço de difusão de informações que possa ser de interesse para os cidadãos, se configura como um espaço no qual a maioria do conteúdo é sobre ocorrências policiais, eventos da corporação e informações de interesse dos membros da corporação.

Para entender melhor as razões pelas quais isso ocorre é preciso compreender a relação entre a Ascom e os meios de comunicação externos. Nas entrevistas, a relação com a mídia externa foi descrita como uma relação intensa, em que existe uma forte demanda de informação e pressão por parte, principalmente, de canais de televisão. Ao mesmo tempo, foi destacado o trabalho proativo da Ascom em se manter em contato permanente com os meios, repassando informações consideradas positivas a serem divulgadas pelos policiais que estão nas ruas para os jornalistas. Os batalhões enviam informações de ocorrências para a Ascom por meio de grupos de contato no WhatsApp e a Ascom filtra as informações consideradas mais importantes para enviar ao grupo de WhatsApp dos jornalistas. É o chamado “serviço de permanência da Assessoria”, que, ao estar ligado à internet móvel, funciona 24h por dia. Esse mesmo canal de comunicação serve para que

os jornalistas solicitem informações à polícia. Esse canal permanente de comunicação foi estabelecido em 2013 e faz parte das estratégias mais recentes de intensificação da comunicação da polícia e mídia por parte da Ascom:

– Sempre teve a permanência de celular, mas não tinha esse contato diariamente com a imprensa. Diariamente, em contato diário com a imprensa, entendesse? Isso quebrou muito e facilitou o contato... (...) Você leva pra casa o celular e o *tablet*. A imprensa, quando tem uma demanda [como] “ó, tem um assalto aqui a carro”, “teve um assalto aqui na frente do Bompreço”, isso e aquilo outro, tal, tal, tal, [pergunta]: “Vocês confirmam esse assalto?”. A gente [responde]: “Ó, vou fazer o levantamento. Qual foi a aérea?”. “Foi a área de Olinda”. “Liga daqui a 10 minutinhos, 15 minutinhos, que a gente precisa ter um retorno”. Aí eu ligo, entro em contato com a aérea de Olinda: “Ó, aconteceu um assalto assim, assim, assim...”. [E eles respondem]: “Aconteceu, Sargento...”. “Então repasse, por favor...”. Aí eu pego os dados, quando a imprensa entra em contato novamente eu repasso os dados, tal, tal, tal... Aí encerra aquela ocorrência. (E03)

Junto com essa intensificação da comunicação com os jornalistas, ocorreu nos últimos anos um processo de profissionalização da Ascom, formada exclusivamente por policiais militares, e cada vez mais esses policiais têm formação na área de comunicação. Assim, a Ascom, além de atender as demandas dos meios externos, faz a divulgação proativa para a mídia de informações que a interessa divulgar. Tal divulgação acontece seguindo critérios de importância da notícia e antecipação do impacto que ela terá nos meios:

– Pegamos aquelas ocorrências mais interessante, né? Umas que dá divulgação. Porque são ocorrências que são repetitivas: apreensão de armas, apreensão de arma... Eu acho que quando chega assim, muitas vezes o jornalista nem divulga mais porque tá um negócio corriqueiro. Mas quando é uma grande apreensão... “Ah! Nós apreendemos tantos quilos de maconha, uma apreensão de cocaína, uma apreensão de ecstasy...”. Aí quando são matérias positivas, a gente transforma aquela matéria e chama de “*hastegar*”, *heastegamos* no WhatsApp da imprensa. A imprensa vai lá, como também já tão ligados naquele WhatsApp, aí vai lá pega as matérias e já faz a divulgação. E a partir dali observamos que já ocorreram várias demandas através das matérias postadas pela equipe que trabalha na permanência, durante a noite. É de segunda a segunda. (E03)

Como podemos ver, o critério de avaliação de importância das informações enviadas desde a polícia aos jornalistas por meio do “serviço de permanência” está ligado aos critérios de receptividade da mídia. A polícia, na interação com os meios de comunicação identifica esses elementos valorizados: no campo do crime e do trabalho da polícia, alguns ingredientes tornam a notícia mais chamativa, como grandes quantidades de apreensão de armas e drogas, notícias que envolvem crianças, adolescentes e idosos, bem como imagens de ação e perseguição são entendidas como bem recebidas pela mídia.

Assim, a divulgação de informação feita desde a Ascom para os meios de comunicação está centrada nas ações da polícia consideradas como “bem-sucedidas” e que agregam critérios valorizados pela mídia, especialmente quantitativos que demonstram grandes apreensões e prisões.

Assim, nas falas, o critério de avaliação do serviço da polícia está ligado principalmente à quantidade de drogas e armas apreendidas. Essas informações que são as divulgadas pela Ascom são caracterizadas como “notícias boas”, “matérias positivas”, “ocorrências boas” que a Ascom deseja publicitar:

– Vamos dizer assim, se tem uma ocorrência no 13º batalhão de uma guarnição que apreendeu 15 papélotes de maconha e em cima tem outra ocorrência do 16º batalhão que apreenderam 5kg de crack, a gente vai divulgar a de 5 kg de crack. Não é que aquela ocorrência não seja importante, ela é importante. Mas a gente entende que o espaço no jornal, na televisão e no rádio é curto. E a gente entende que tem que ter, o que tem mais importância, né? A gente tem esse filtro né? (E04)

As “boas ocorrências” são as que a polícia consegue atuar fazendo apreensões e prisões, e as notícias que abordam qualquer distúrbio na segurança são entendidas como negativas. Aqui, aparece uma distância entre as lógicas e os enquadramentos da polícia e da mídia: notícias sobre distúrbios na segurança são produtos que vendem, atraem audiência, e por isso são de interesse para os meios de comunicação. Já nas falas dos policiais, esse tipo de notícias é entendido como negativo, e a ideia é que a Ascom deve trabalhar para que as “boas atuações” da polícia estejam presentes nos noticiários, como uma forma de balancear a forte presença dos distúrbios de segurança noticiados pela imprensa:

– E a gente sabe e o nosso papel é esse, é abrir o jornal, é fazer com que o leitor abra o jornal e veja ali um bom serviço da polícia. E não sempre: assalto não sei aonde, morte não sei aonde... Porque a gente tem ocorrências boas, mas não é a gente que escolhe o que vai ser publicado. Depende do editor lá. Dos editores das, dos veículos de comunicação. Por isso que a gente faz um filtro pra ver as mais importantes pra a gente mandar. (E04)

As notícias “negativas” estão muito presentes na mídia, dado que o crime, a violência e o medo são muito consumidos pelas audiências. A quantificação da qualidade do serviço em quilos de drogas apreendidas é uma maneira da Ascom tornar visível e agregar valor ao trabalho da polícia. Essa fragilidade da imagem da PMPE está relacionada com o ciclo incompleto da polícia. As polícias militares, e não somente a PMPE, são responsáveis apenas pelo aspecto do patrulhamento e são entendidas como responsáveis pelo controle do crime, o que faz com que o impacto da contínua divulgação de crimes e problemas na segurança pública caia automaticamente sobre a percepção de eficiência dessas polícias. As notícias sobre investigações criminais e prisões *a posteriori* já não envolvem a PM, pois são de competência da Polícia Civil. Existe, portanto, a necessidade de mostrar serviço, conseguir um espaço nos meios para divulgar o trabalho feito pela Polícia Militar em meio às notícias sobre distúrbios na segurança.

A projeção de uma imagem eficiente, seja por meio da mídia tradicional ou das novas mídias, é uma reação à constante pressão que sofre a PMPE. Os altos índices de criminalidade violenta são um elemento de pressão para a corporação que é reconhecida e se reconhece como única responsável pelo controle do crime. Esse panorama nos indica que a PMPE é uma polícia muito questionada e midiaticizada. A tentativa da Ascom de produzir uma imagem positiva por meio dos meios tradicionais de comunicação acaba por ser uma tarefa interminável, já que pretende contrabalancear com notícias de apreensões e prisões, as notícias sobre criminalidade violenta que se repetem nos jornais diariamente.

Como vimos relatado nas entrevistas, a grande preocupação da Assessoria está em divulgar o trabalho da polícia, e esse trabalho é basicamente resumido em apreensões de armas e drogas e prisões – as chamadas “ocorrências positivas” –, na tentativa de mostrar que os policiais estão trabalhando. Para isso, o grande canal de divulgação são os meios de comunicação externos à organização, nos quais se busca diariamente atender as demandas e propor notícias consideradas positivas aos jornalistas. Os espaços on-line no site e na *fanpage*, que não têm intermediários como os canais de televisão e jornais, acaba por servir de ferramenta de comunicação de policiais para policiais, além de seguir a mesma lógica de projeção da imagem da PMPE: a divulgação de apreensões de armas e/ou drogas e prisões como provas de que a polícia “está trabalhando”. Essas estratégias comunicativas acabam por servir à reprodução da ordem interna à polícia, informando aos seus membros os elementos simbólicos que valorizam a corporação e que definem o seu mandato impossível, como uma polícia de controle, que trabalha a favor da ordem, contra um inimigo interno.

Considerações finais

A grande tarefa da Assessoria de Comunicação da PMPE, a Ascom é responder as demandas dos meios externos, buscando divulgar o trabalho da polícia por meio dos meios de comunicação de massa e lidando com e imagens negativas da polícia nesses âmbitos, procurando reenquadrar essas situações. Além disso, a Ascom busca, por meio das novas mídias, criar canais de divulgação do trabalho policial, que se resume basicamente à divulgação das prisões efetuadas e apreensões de armas e/ou drogas executadas diariamente. A quantificação dessas ocorrências tornou-se uma maneira da Assessoria tornar visível e tentar agregar valor ao trabalho da PMPE. Essa urgência tem sentido quando entendemos que a PMPE é cobrada pelos meios de comunicação social e pelas metas do Governo do estado, bem como assume o papel do controle do crime.

Nesse panorama, a Ascom tenta canalizar as informações divulgadas pela PMPE, especialmente quando há alguma ação policial questionada, sendo a responsável por tentar reenquadrar as situações

no âmbito midiático. A estratégia da Ascom para lidar com esse cenário é divulgar intensamente as “notícias boas” para mostrar que “a polícia está trabalhando”, tentar reenquadrar as situações de crise de imagem por meio do porta-voz da corporação e negociar a projeção de sua imagem a partir da posição de informante oficial que facilita o trabalho dos jornalistas.

A visibilidade e invisibilidade do trabalho policial faz parte desse jogo por tentar definir a agenda midiática e seus enquadramentos, em que os meios de comunicação sociais estão no centro e a polícia surge como um grupo de interesse capaz de influenciar na construção da agenda. As novas mídias trazem novos desafios a essa relação ao dar voz aos que antes eram apenas receptores das mensagens. O manejo da imagem pela PMPE torna-se mais complicado diante do contexto de altas taxas de criminalidade no Estado. A mídia noticia diariamente distúrbios na segurança e a Ascom se sente pressionada a dramatizar a eficiência da PMPE diante de um mandato impossível que a coloca no centro do controle social.

Além disso, grande parte da comunicação online é dirigida à própria corporação, como divulgação de eventos, conteúdos burocráticos presentes no site, registros de solenidades da corporação. Assim, além de uma polícia voltada para o controle do crime, a PMPE se apresenta como uma polícia voltada para si, com pouquíssimos conteúdos produzidos desde a Ascom que visem informar ao cidadão sobre os serviços prestados pela PM. De fato, a noção de polícia como serviço está praticamente ausente, em seu lugar é apresentada uma polícia do controle e da vigilância. Além de não estar dirigido aos cidadãos, esse conteúdo contribui para percepções dramatizadas a respeito do trabalho policial. O controle do crime é uma pressão muito grande e todos os outros aspectos do trabalho policial são entendidos como anexos, e não fazem parte das informações e símbolos projetados pela PMPE.

Por outro lado, a capacidade da Ascom de projetar uma imagem positiva e eficiente mesmo nesses termos tem sido ineficiente. Ainda que os conteúdos das notícias e *posts* reflitam o que a PMPE considera ser positivo, a visibilidade desse conteúdo é muito limitada. Os espaços nas novas mídias não são aproveitados pela Ascom para chegar ao público externo. O conteúdo é repetitivo e interessa antes aos membros da corporação que a um cidadão externo a ela.

Na busca de provar sua eficiência enquanto polícia de controle do crime, por meio da quantificação das armas e drogas apreendidas, a Ascom produz diariamente notícias que não ganham muita visibilidade para além dos muros da organização. Assim, mais do que projetar uma imagem positiva para públicos externos nas novas mídias, a PMPE produz imagens para a reprodução da ordem interna, dos policiais para os policiais, formando e reafirmando ideias do que é a PMPE, como funciona, que valores possui. São imagens que informam e ritualizam esses símbolos para seus membros internos.

Esse cenário indica o complicado trabalho da Ascom de projetar uma imagem positiva e eficiente da PMPE. Se toda notícia sobre distúrbios na segurança impacta na imagem da polícia, essa imagem positiva que busca a Assessoria pelos meios de comunicação social não é possível. O que pode acontecer é um endurecimento das práticas policiais na busca por demonstrar cada vez mais resultados, aumentando a vigilância sobre grupos sociais identificados como perigosos e a possibilidade do uso do poder discricionário arbitrariamente para lidar com as pressões de estar diante de um mandato impossível e em busca de uma imagem impossível.

Se o principal objetivo da Assessoria é difundir a imagem positiva e eficiente da PMPE, na prática, existem grandes problemas para cumpri-lo: os esforços voltados para a negociação da imagem com a mídia não podem resultar no controle da imagem projetada pelos meios de comunicação de massa e enquanto a PMPE for identificada e se identificar como responsável pelo controle do crime e as altas taxas de criminalidade violenta permanecerem, a crise da imagem policial também permanecerá.

Por outro lado, o espaço das novas mídias que podiam ser bem aproveitadas na produção de estratégias comunicativas que aproximassem polícia e cidadãos estão permeadas pela mesma ideia de que a imagem positiva é a imagem de uma polícia do controle, e o objetivo central está na difusão de ocorrências policiais nas quais há apreensão de armas e drogas. Os cidadãos não são o público da PMPE nas novas mídias. Há mais comunicação interna do que projeção de imagem externa.

Além disso, os símbolos e valores que permeiam a projeção dessas imagens internas reafirmam a distância entre polícia e os cidadãos, visto que apresentam uma polícia militar e combatente. Diante desse panorama, a PMPE precisa ser repensada e não apenas em termos de imagem organizacional, imagem esta que é reflexo das profundas deficiências de uma polícia incompatível com o Estado democrático de direito.

Notas

¹ Comunicação mediada e unidirecional que busca atingir a grandes audiências como um programa na televisão, um artigo no jornal, ou mais recentemente, um *post* no Facebook ou Twitter, por exemplo.

² Tradução da autora, apenas para fins deste trabalho.

³ Em 2011, ocorreu uma série de distúrbios públicos no Reino Unido que começaram no bairro londrino de Tottenham, em 6 de agosto de 2011, após o assassinato de Mark Duggan, um jovem negro de 29 anos, morto a tiros pela Polícia Metropolitana de Londres. O ataque à Maratona de Boston foi um ato terrorista que ocorreu na segunda-feira, 15 de abril de 2013, por volta das 14h50, em Boylston Street, Estados Unidos, perto da Copley Square, pouco antes da linha de chegada.

⁴ *Hashtag* refere-se à palavra ou série de palavras ou caracteres alfanuméricos precedidos pelo símbolo do teclado “#”, usada em determinadas plataformas da internet. É uma palavra em inglês que podemos traduzir como “etiqueta”.

⁵ “*Often times police activities are lawful, but look awful*”, no original.

⁶ Pesquisa intitulada “A Blogosfera Policial no Brasil: do tiro ao Twitter”, desenvolvida pelo Centro de Estudos em Segurança e Cidadania (Universidade Candido Mendes) e coordenada pela professora Silvia Ramos e pela jornalista Anabela Paiva. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001852/185252por.pdf>

⁷ Durante as visitas ao site oficial da PMPE, vimos que problemas técnicos eram frequentemente anunciados na página inicial, gerando dificuldade nas postagens de notícias tanto no site como na *fanpage*, que mudou de nome algumas vezes.

⁸ Uma das atribuições da Ascom é controlar a criação de páginas e perfis que levam o nome da corporação. No Facebook atualmente, porém, há perfis com o nome da PMPE que divulgam conteúdos de natureza distinta daquela encontrada na *fanpage* oficial e que têm muitos seguidores, apesar de a página oficial da organização divulgar o endereço do perfil oficial na rede social.

⁹ Subseção de Publicidade/Propaganda e Assuntos Cíveis, Subseção de Imprensa/Subseção de Jornalismo e Cerimonial e Subseção de Apoio Administrativo e Relações Públicas.

Referências

- BAJOTTO, Carolina Cancian. **Polícia Federal: A elite policial traçando identidades e distinções.** Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.
- BITTNER, Egon. Florence Nightingale in Pursuit of Willie Sutton: A Theory of the Police. *In: NEWBURN, Tim. (org). Policing: Key Readings.* Devon: Willan, 2005.
- CEBULLA, Andreas; STEPHENS, Mike. Public Perceptions of the Police: Effects of Police Investigation and Police Resources. **Internet Journal of Criminology**, pp. 1-19, 2010. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org/6d7d/43de769832ba53aeba241e5fb1d008639e04.pdf>
- COLBRAN, Marianne. **Media Representations of Police and Crime: Shaping Televisiondrama.** Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014.
- COSTA, Arthur Trindade M. **Entre a lei e a ordem: Violência e reforma nas polícias do Rio de Janeiro e Nova York.** Rio de Janeiro: FGV, 2004
- DA SILVA, Jacqueline Carvalho. Manutenção da ordem pública e garantia dos direitos individuais: Os desafios da polícia em sociedades democráticas. **Revista Brasileira de Segurança Pública**, v. 8, n. 5, p. 78-89, 2011.
- ERICSON, Richard V. The Police as Reproducers of Order. *In: NEWBURN, T. (org). Policing: Key Readings.* Devon: Willan, 2005
- GOFFMAN, Erving. The Interaction Order: American Sociological Association. **American Sociological Review**, v. 48, n. 1, p. 1-17, 1983.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana.** Petrópolis: Vozes. 1985
- GOLDSTEIN, Herman. **Policiando uma sociedade livre.** São Paulo: Edusp, 2004.
- GOLDSTEIN, Joseph. Police Discretion Not to Invoke the Criminal Process: Low-Visibility Decisions in the Administration of Justice. **The Yale Law Journal**, v. 69, n. 4, p. 543-594, 1960.
- GREER, Chris; MCLAUGHLIN, Eugene. Prevemos um motim? O policiamento da ordem pública, os novos ambientes midiáticos e a emergência do cidadão-jornalista. *In: MACHADO, Helena; SANTOS, Filipe (org.). Justiça, ambientes midiáticos e ordem social.* Porto: Húmus, 2011.
- GUERRA, Maria Pia. **Polícia e ditadura: A arquitetura institucional da segurança pública de 1964 a 1988.** Brasília, DF: Ministério da Justiça e Cidadania/Comissão da Anistia, 2016.
- MANNING, Peter. Theorizing Policing: The Drama and Myth of Crime Control in the NYPD. **Theoretical Criminology**, v. 5, n. 3, p. 315-344, 2001.
- MANNING, Peter. **Police Contingencies.** Chicago: University of Chicago Press, 2003.
- MANNING, Peter. Goffman on organization. **Organization Studies**, v. 29, n. 5, p. 677-699, 2008.
- MARTÍN, Eduardo V. Raldúa. Cambios en la imagen pública de la policía (1980-1995) y situación actual. **Revista Española de Investigaciones Sociológicas**, v. 74, n. 96, p. 327-341, 1996.

- MAWBY, Rob. **Policing Images: Policing, Communication and Legitimacy**. Devon: Willian Publishing, 2002.
- MEIJER, Albert Jacob; TORENVLIED, René. Social Media and the New Organization of Government Communications: An Empirical Analysis of Twitter Usage by the Dutch Police. **American Review of Public Administration**, v. 46, n. 2, p. 143-161, 2016.
- MUNIZ, Jaqueline. A crise de identidade das polícias militares brasileiras: Dilemas e paradoxos da formação educacional. **Security and Defense Studies Review**, v. 1, p. 177-198, 2001.
- NAJEINE, Kathie; ASSIS, Simone Gonçalves de; OLIVEIRA, Queiti Batista; RIBEIRO, Fernanda Mendes; OLIVEIRA, Raquel. A imagem do policial na mídia escrita: estudo comparativo de quatro capitais brasileiras. **Coleção Segurança com Cidadania**, v. 2, n. 1, p. 207-237, 2009.
- PORTO, Maria Stela Grossi. Polícia e violência: Representações sociais de elites policiais do Distrito Federal. **São Paulo Perspec.**, v.18, n.1, p.132-141, 2004.
- RIBEIRO, Ângelo Augusto. **YouTube, a nova TV corporativa: O vídeo na web como estratégia de comunicação pública e empresarial**. Florianópolis: Combook. 2013
- SACHDEVA, Niharika; KUMARAGURU, Ponnurangam. **Online Social Media and Police in India: Behavior, Perceptions, Challenges**. Technical Report, 2014
- SKOLNICK, Jerome. **Justice Without Trial**. New York: John Wiley and Sons, 1966.
- SOUZA, Marcos Santana de. **Sou policial, mas sou mulher: Gênero e representações sociais na Polícia Militar de São Paulo**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2014.
- SURETTE, Ray. **Media, Crime, and Criminal Justice: Images, Realities and Policies**. Belmont, CA: Wadsworth Publishing, 1998.
- SURRATT, Carla G. The Internet and Social Change: Key Themes and Issues. **Asian Journal of Social Science**, v. 30, n. 2, p. 195-198, 2001.
- THOMPSON, John B. **The Media and Modernity: A Social Theory of the Media**. Cambridge: Polity Press, 1988.

JACQUELINE CARVALHO DA SILVA

(scarvj@gmail.com) é pesquisadora do Instituto Andaluz Interuniversitário de Criminologia (Iaic) e membro do Observatorio Criminológico del Sistema Penal ante la Inmigración (OCSPI), ambos da Universidade de Málaga (UMA, Málaga, Espanha). É doutora pelo Programa de Pós-graduação em Sociologia (PPGS) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE, Recife, Brasil), mestre em Sociologia pela Universidade do Minho (UMinho, Braga, Portugal) e bacharel em ciências sociais pela UFPE.

Recebido em: 22/04/2019
Aprovado em: 27/06/2019