

Policiamento ostensivo e imagem institucional representações a partir de visitas comunitárias

RESUMO

palavras-chave:
Policiamento Ostensivo.
Visita Comunitária.
Imagem.

Este artigo examinou empiricamente as representações elaboradas pelas pessoas atendidas em visitas comunitárias realizadas pelo Projeto Patrulha Escolar do Comando da Academia de Polícia Militar do Estado de Goiás para a imagem da corporação e ao policiamento ostensivo. Inicialmente discutiu-se a relação entre imagem e comportamento, bem como reconhecer e compreender essa dicotomia pela instituição policial para a efetividade do policiamento ostensivo, levando em consideração a estratégia de policiamento de proximidade. Assim, realizou-se entrevista semiestruturada com pessoas de cada uma das três áreas atendidas pelo projeto. Entre os resultados da pesquisa, identificou-se que as visitas comunitárias reforçam uma imagem positiva da instituição policial, melhoram a relação habitual entre polícia e comunidade e, conseqüentemente, incentivam a um comportamento mais proativo do cidadão para o policiamento. O estudo realizado demonstrou um campo ainda pouco explorado sendo um potencial mecanismo de avaliação do policiamento de proximidade para o aprimoramento do trabalho policial.

ABSTRACT

key-words:
Ostensive Policing.
Community Visit.
Image.

This article has empirically examined the representations elaborated by people assisted in community visits by the School Patrol Project of the Goiás State Military Police Academy for corporate image and overt policing. Initially, the relationship between image and behavior was discussed, as well as recognizing and understanding this dichotomy by the police institution for the effectiveness of overt policing, taking into account the proximity policing strategy. Thus, a semi-structured interview was conducted with people from each of the three areas served by the project. Among the survey results, it was found that community visits reinforce a positive image of the police institution, improve the usual relationship between police and community and, consequently, encourage a more proactive behavior of the citizen for policing. The study showed a field still little explored being a potential evaluation mechanism of proximity policing to improve police work.

1 INTRODUÇÃO

No contexto em que se encontra a segurança pública no Brasil, violência policial, desvio e abuso de autoridade, dentre outros, são temas cobçados pelos meios de comunicação, em especial os noticiários televisivos, onde as forças de segurança pública, principalmente as polícias militares, são retratadas de forma negativo dado ao impacto sensacionalista que suas atividades produzem.

Dentre as forças de segurança pública, as polícias militares exercem constitucionalmente com exclusividade o policiamento ostensivo, ou seja, visível, exposto, e conseqüentemente representam o mecanismo do Estado em maior contato com a população, sendo que como observado por Bayley (2002) a "coerção, controle e opressão são, sem dúvida, necessários na sociedade, mas não são agradáveis [...] A atividade policial representa o uso da força da sociedade contra ela mesma [...]". (BAYLEY,

* Cadete da Polícia Militar do Estado de Goiás/PMGO.
gabrielmac59@gmail.com.

** Mestre em Sociologia pela Universidade Federal de Goiás/UFG.
leondenis1978@gmail.com.

*** Doutora em Ciência da Informação pela Universidade de Brasília/UnB
tftteen@gmail.com.

2002, p. 18).

Diante da sensibilidade na relação entre polícia e sociedade uma gestão consciente da necessidade de manter a proteção da imagem institucional da polícia é elementar para a manutenção da autorização coletiva, sendo imprescindível para que a percepção da sociedade não seja moldada unilateralmente por entidades alheias, com interesses diversos. Além do mais, espera-se que uma gestão eficiente da imagem institucional pela polícia seja capaz de sugerir uma percepção positiva da sociedade perante a corporação refletindo assim sobre o comportamento do cidadão, podendo contribuir com o que a Constituição Federal preconiza ser a segurança pública “direito e responsabilidade de todos” (BRASIL, 1988).

A pesquisa versou sobre as visitas comunitárias propostas pela Polícia Militar do Estado de Goiás (PMGO) da forma como são realizadas em conformidade com os procedimentos operacionais. De que forma as visitas influenciam na imagem percebida e no comportamento dos cidadãos envolvidos frente ao policiamento ostensivo? As visitas comunitárias podem ser configuradas como ferramentas para a gestão da imagem? Quais os aspectos positivos da gestão da imagem institucional para o policiamento?

Diante dessas indagações, valendo-se de metodologia qualitativa, examinou-se por meio de entrevistas com cidadãos atendidos por visitas comunitárias planejadas e executadas pelo projeto de extensão do policiamento noturno promovido pelo Comando da Academia de Polícia Militar do Estado de Goiás (CAPM), aspectos do perfil, conhecimento, percepção e comportamento dos entrevistados frente ao policiamento ostensivo desenvolvido pela PMGO, ou seja, as representações ou imagem elaborada acerca do policiamento. em outras palavras, buscou identificar em quais aspectos as visitas comunitárias têm repercutido sobre a percepção da imagem e o comportamento dos cidadãos entrevistados frente ao policiamento ostensivo.

Portanto, conhecer as representações e ou os reflexos das visitas comunitárias para a imagem institucional, bem como por possibilitar avaliar a eficiência e os impactos da metodologia de visitas comunitárias realizadas pela corporação e para o policiamento ostensivo tem sido uma das principais contribuições do estudo.

2 GESTÃO DA IMAGEM INSTITUCIONAL E REPRESENTAÇÕES

Embora em vários momentos da história a imagem atribuída às forças policiais e percebida no seio da população fosse algo ignorado para os modelos de policiamento considerados como tradicionais – serão discutidos mais à frente. Com o surgimento de novos conceitos de policiamento percebeu-se que a sociedade poderia ser mais que um elemento passivo na segurança pública, sendo a participação ativa do cidadão uma ferramenta para sua efetivação. No intuito de entender a relevância da percepção da sociedade sobre as instituições de policiamento, particularmente a polícia ostensiva, no tocante à promoção da segurança pública, é necessário compreender qual a relação entre imagem e comportamento.

O conceito de imagem vai além da percepção visual de um determinado objeto. Gomes (1993), professor de Administração Geral, em um estudo sobre o texto *Strategic marketing for nonprofit organizations* de Kotler e Andreasen, explica que esses autores:

usam o termo imagem como a soma de crenças, atitudes e impressões que uma pessoa ou grupo tem de um objeto, uma pessoa, um lugar, uma marca, um

produto ou uma empresa. É, portanto, o resultado da percepção, que poderá ser falsa ou verdadeira, imaginada ou real. Esta definição procura diferenciar imagem de outros conceitos correlatos ou próximos, como crença, atitude, estereótipo ou valor. (GOMES, 1993).

Neste sentido, o termo imagem pode ser traduzido como uma percepção falsa ou verdadeira do indivíduo sobre um objeto. Contudo, essa observação não explica como se dá a formação da percepção sobre algo. Gomes (1993) então apresentou uma análise sobre o texto de Bouding, *The image: Knowledge in Life and Society*, traduzindo a ideia de que o comportamento humano não seria dirigido nem pelo conhecimento, nem pela informação, mas seria um produto da imagem percebida, não sendo baseado na verdade ou no fato, mas “naquilo que se sente ou acredita ser verdade [...] nas mensagens filtradas por nosso mutável sistema de valores”. (GOMES, 1993).

A formação da imagem percebida se relaciona, portanto, com os valores individuais, com experiências anteriores, personalidade, crenças e outros estímulos, envolvendo o indivíduo de forma consciente e inconsciente. Sob essa mesma ótica, Kotler e Keller (2012), na obra *Administração de Marketing* descrevem de forma coesa e objetiva a relação entre imagem, enquanto percepção, e comportamento, enfatizando que a ação de uma pessoa está relacionada com sua motivação, sendo influenciada pela percepção da situação. Os autores reportam ainda que no “marketing, as percepções são mais importantes do que a realidade porque elas afetam o comportamento real do consumidor” (KOTLER; KELLER, 2012, p. 174). Para Kotler e Keller (2012) a percepção está ligada a um processo de seleção, organização e interpretação de informações abstraídas para “criar uma imagem significativa do mundo”, sendo afetada por estímulos físicos e da relação desses estímulos com o ambiente, bem como das condições intrínsecas aos indivíduos. Deste modo, considerando a observação sobre o texto de Boulding e as constatações de Kotler e Keller, compreende-se a relevância que a imagem, enquanto percepção do indivíduo, que possui sobre o comportamento das pessoas.

Como plano de fundo da atividade de policiamento há uma estrutura organizacional. Assim, como qualquer outra organização, a PMGO é composta por pessoas e demais recursos, que exercendo suas atribuições específicas proporcionam o funcionamento da instituição, a qual oferece um produto a seus clientes. Constitucionalmente o produto da atividade da Polícia Militar é a segurança pública, promovida através do policiamento ostensivo e a preservação da ordem pública. Os clientes, diferentemente de outras organizações, não são um público específico, mas toda a sociedade.

Deste modo, torna-se fundamental esclarecer a função da gestão da imagem corporativa ou institucional e sua repercussão sobre a atividade de policiamento, considerando os aspectos organizacionais da instituição PMGO, é necessário explorar alguns conceitos encontrados nas disciplinas de Administração, Comunicação e Marketing.

Sobre o conceito de corporação, Chaves (2005) argumentou que, no meio latino, tal termo se relaciona com grupo de associações sejam de caráter privado ou público. Quanto à relação entre as terminologias “corporação” e “instituição”, Chaves (2005) dispõe que os organismos sem fins lucrativos, tanto públicos como privados costumam ser tratados por esse último termo, assumindo um mesmo significado do anterior.

Acerca do conceito de imagem corporativa ou institucional, e sua importância para uma organização, Gomes (1993) destaca que a imagem corporativa não pode ser

tocada ou medida, mas que existe na cabeça das pessoas, tornando-se um instrumento precioso que uma organização pode obter.

O sentido de “imagem” utilizado neste estudo e que acompanha o conceito de imagem institucional, não se confunde com a visualização dos elementos de produção, recursos técnicos e recursos de difusão utilizados, como: desenhos, fotos, sons, vídeos dentre outros. Não se confunde com o conceito de aparência no aspecto da “civilização da imagem [...] essas imagens e representações externas a nós, presentes no meio ambiente e que são direcionadas aos olhos, não são a imagem corporativa ou empresarial, embora contribuam para indicá-la.” (COSTA, 2001, p. 57, tradução nossa). Acerca desse assunto colabora o espanhol Costa (2001), professor e autor na área de comunicação, em sua obra *Imagem Corporativa en el siglo XXI*:

a imagem da empresa é a representação mental, na imagem coletiva, de um conjunto de atributos e valores que funcionam como um estereótipo e determinam a conduta de opiniões dessa comunidade[...] e por ser uma imagem psicossociológica, e não uma coisa ou um objeto, a empresa só pode gerenciá-la indiretamente, por meio do significado de suas ações e comunicações. (COSTA, 2001, p. 58, tradução nossa).

Ainda, Costa (2001) corrobora o entendimento do que foi observado por Gomes (1993) ao considerar que a imagem corporativa existe como um “conceito na cabeça das pessoas”, ou seja, uma representação. Essa compreensão é necessária uma vez que é esse significado que se pretende transmitir quando usado o termo “imagem institucional” neste trabalho, sendo valiosa para o esclarecimento do que será discutido sobre gestão da imagem institucional e sua repercussão para o policiamento, a partir do estudo com participantes do programa de visitas comunitárias realizados pelo projeto de extensão do CAPM-GO.

A compreensão do que é gestão da imagem institucional, como se efetiva e em que aspectos pode se apresentar como uma ferramenta positiva para a promoção do policiamento e da segurança pública passa necessariamente pelo conhecimento dos elementos construtores da imagem institucional que passamos a apresentar.

Identidade institucional é um elemento que diversas corporações têm buscado para promover seus valores e alcançar com melhor aproveitamento seus objetivos. Isso se dá pela contribuição que a identidade institucional tem para a gestão de uma boa imagem institucional. A PMGO ao perceber a importância da identidade institucional tem buscado promover a difusão de seus valores não somente por meio de seu estatuto, regimentos internos e grades de ensino, mas também de forma que se exteriorize como, por exemplo, através de manuais como o manual de padronização dos modelos de documentos e o manual de identidade visual estabelecido pela instituição, dentre outras formas. Este último em sua apresentação consta o seguinte texto:

O estabelecimento de uma identidade visual uniforme, representativa e coerente, constitui-se em um bom instrumento para que uma instituição possa ser reconhecida e legitimada junto à sociedade. Neste prisma as cores, os símbolos e a marca ou logotipo são elementos importantes na Identidade Visual. É importante que seu uso siga regras claras e objetivas para manter a uniformidade em todas as suas aplicações. (GOIÁS, 2014, p. 04).

Diante da exposição deste manual, é possível identificar a preocupação da instituição com a sua identidade e seu reconhecimento perante a sociedade. Para compreender o conceito de identidade institucional é relevante a introdução

sobre aspectos do termo “identidade” apresentada por Costa (2001), onde traz que etimologicamente se relaciona com “ser idêntico a si mesmo”.

O termo identidade está ligado a algo único, distinto, e, portanto, identificável. Assim, quando se discute o conceito de Identidade Institucional, discute-se o que torna uma corporação única e diferente das demais. Costa (2001) compara a identidade da empresa, ou instituição com os cromossomos do DNA humano, que possuem a herança do fundador e o espírito institucional da organização, sendo que os parâmetros que definem a identidade corporativa são representados segundo o autor pelo “o que a empresa é”, bem como “o que a empresa faz”.

Em sua obra Chaves (2005) diferencia identidade institucional de realidade institucional ao conceituar que esta é um conjunto de traços e condições objetivas do ser social da instituição, como por exemplo, a sua entidade legal e o seu funcionamento jurídico concreto, sua estrutura ou modalidade de organização e operação, dentre outros aspectos. Para o autor, a diferença principal está no fato de a primeira terminologia estar ligada ao campo da autorrepresentação e a segunda a dados empíricos ou estruturais. Para a exteriorização dessa identidade, ou seja, processo de autorrepresentação, o autor observa que dentre outras formas de comunicação:

Podem ser consideradas como “suportes da identidade” a mesma instituição como um todo, ou seja, a totalidade dos fatos materiais e humanos detectáveis como próprios da instituição. A instituição é, desse ponto de vista, um território significativo que fala de si mesmo, que se auto-simboliza através de todos e cada um de seus aspectos perceptíveis. (CHAVES, 2005, p. 27, tradução nossa).

No que tange a relação entre identidade institucional e imagem institucional, Costa (2001) defende que: “a identidade corporativa, que é uma estratégia de expansão da marca, e uma estratégia de comunicação absoluta, vai diretamente com todas as suas armas para a construção da imagem corporativa” (COSTA, 2001, p. 229, tradução nossa). Isso se dá em razão da relação que Chaves (2005) fez a distinção entre identidade e imagem corporativa: “A primeira, como já foi dito, denomina a autorrepresentação da instituição e a segunda, às formas de representação da instituição desenvolvidas por seu público, pelos receptores de suas mensagens identificadoras.” (CHAVES, 2005, p. 31, tradução nossa). Dessa forma, infere-se que a imagem institucional percebida pelo público está relacionada aos valores que a identidade corporativa consegue exteriorizar, sendo determinante na construção da imagem.

A percepção ou representação de uma imagem exerce um papel relevante no comportamento a que se desenvolverá perante determinado objeto. Assim sendo, qualquer corporação que pretenda expandir seus resultados, melhorar seu relacionamento com o público, ou seja, qual for o retorno pretendido, ao considerar a importância da valorização e proteção de sua imagem, bem como a necessidade de estabelecer estratégias para esse fim, provavelmente terá maior sucesso do que corporações que se preocupam apenas com elementos estruturais. Neste sentido, Costa (2001) observou que muitas empresas ainda estão determinadas pela “mentalidade de gestão do século passado”, pautando suas atividades ainda em capital, organização, produção e administração, não levando em conta a sociologia, informações, comunicação, ou seja, em uma gestão que o autor considera como “integral de novos valores”.

O termo “gestão da imagem” se remete a gerência ou administração da imagem, portanto, não constitui algo absoluto, um método predeterminado, mas sim um instrumento complexo que administra ferramentas disponíveis de forma adequada ao fim pretendido. As ferramentas para a gestão da imagem podem partir desde a

comunicação com o público, marketing interno e externo, qualidade do produto oferecido, até mesmo ao design do logotipo e outros elementos visuais utilizados por uma corporação. Conforme afirma Costa (2001, 2001, p.237) “a imagem se administra, portanto, indiretamente”.

Nesse sentido Mínguez (2000), professor de Comunicação Audiovisual e Publicidade da Universidad Complutense de Madrid, fez uma análise sobre as fontes da construção da imagem, onde aponta que essa formação é um processo longo e complexo, o resultado de uma abstração em que cada indivíduo simplifica a organização e reduz em sua mente a um conjunto de atributos representativos. Mínguez (2000) destacou que três fontes de informação intervêm decisivamente na formação da imagem, sendo, portanto, fontes de sua gestão: os meios de comunicação de massa, as relações interpessoais como fontes indiretas e a experiência pessoal, como fonte direta.

Essa abordagem meramente conceitual e teórica sobre gestão relacionada à imagem foi trazida para evidenciar os reflexos do planejamento e gerenciamento voltado para a imagem institucional, e conseqüentemente para a percepção e comportamento do público, pois é substancialmente necessário para a compreensão da temática de estratégias de policiamento, programas e ações sociais de aproximação com a comunidade experimentada pela Polícia Militar do Estado de Goiás.

3 POLICIAMENTO OSTENSIVO E IMAGEM INSTITUCIONAL

Apresentados alguns dos principais aspectos sobre a imagem institucional e sua gestão, passa-se a uma breve exposição acerca do modelo de policiamento proposto pela PMGO por meio das visitas comunitárias e como se relaciona com a ideia de gestão da imagem institucional. Essa relação teórica será verificada empiricamente, sendo objeto de análise da pesquisa pretendida, que observará a repercussão da percepção da imagem institucional para o policiamento. Precedendo essa discussão, serão ainda abordadas as definições de polícia e policiamento, considerando a realidade histórica do Brasil, bem como as características elementares dos principais modelos de policiamento verificados na história da segurança pública brasileira e na PMGO.

Na definição de polícia, Bayley (2002) observou como partes essenciais os seguintes elementos: “força física, uso interno e autorização coletiva”, assim traduz de forma sucinta esses componentes no seguinte texto: “Sempre que a palavra polícia for usada neste livro, ela irá se referir a pessoas autorizadas por um grupo para regular as relações interpessoais dentro deste grupo através da aplicação de força física.” (BAYLEY, 2002, p. 20).

Embora os estudos sobre polícia e policiamento ainda careçam de análises profundas no campo teórico e empírico, é possível identificar experiências no mundo que evidenciam novos conceitos de policiamento, onde este compreende não somente uma atividade incidental, reativa e repressiva em resposta aos chamados de emergência, sem uma estratégia para o cenário de atuação, mas uma atividade planejada que considera a complexidade envolvendo o fenômeno da criminalidade.

Cronologicamente esses conceitos não são tão novos, mas sua propagação e aplicação sem dúvida é reflexo das transformações do mundo globalizado e surgem como ferramentas alternativas às experiências do policiamento considerado em diversos títulos como “tradicional”, onde destacam não ser suficiente para atender as

demandas sociais por segurança frente à criminalidade.

O policiamento comunitário não é somente uma estratégia de policiamento é uma filosofia que envolve todos os esforços da polícia e da sociedade, uma vez que considera a polícia como apenas um dos elos responsáveis pela segurança. No ano de 1829, uma das primeiras experiências de aproximação da polícia e a comunidade com a criação da Polícia Metropolitana de Londres, pelo primeiro-ministro Sir. Robert Peel, que tinha como base nove princípios dos quais se destaca o seguinte: “A polícia deve esforçar-se para manter constan-temente com o povo, um relacionamento que dê realidade à tradição de que a polícia é o povo e o povo é a polícia” (MARCINEIRO, 2005, p. 25, Apud. FILHO, 2010).

Conforme Dalbosco et al. (2013) uma das primeiras experiências de policiamento comunitário no mundo que obteve êxito em combinar operacionalmente a estrutura da polícia com a filosofia de policiamento comunitário foi no Japão com a implantação no ano de 1879 dos chamados Kobans e Chuzaisos, prédios com localização tecnicamente estabelecidas visando garantir um atendimento adequado e o controle da pequena área em que situa, conhecendo a região e seus integrantes.

Bayley e Skolnick (2017), após um estudo sobre o que talvez seja a primeira experiência de policiamento comunitário nos Estados Unidos por volta de 1914, através do comissário de polícia Arthur Woods – que buscou transformar a sociedade em um “público esclarecido” sobre o trabalho policial, mas que perdeu espaço após a mudança de governo –, os autores chamam atenção para a seguinte questão: “Por que, então, o movimento em direção ao policiamento comunitário teve tanto destaque durante os anos 1980, não somente nos, Estados Unidos, mas em todo o mundo?” (BAYLEY; SKOLNICK, 2017, p. 65). Adiante Bayley e Skolnick (2017) utilizam vários pressupostos para tentar explicar o fato, dentre eles o aumento da taxa de criminalidade e insuficiência da polícia de números, ressaltando outros indicadores ligados às condições sociais como, por exemplo, o desemprego, renda e outros fatores que consideram mais importantes na variação das taxas de crime e resolução.

Quanto à definição de policiamento comunitário e orientado à solução do problema, bem como a relação entre eles, Moore (2003) expõe o seguinte texto:

O policiamento comunitário e o policiamento para solução de problemas são conceitos estratégicos que procuram redefinir os fins e os meios do policiamento. O policiamento para a solução de problemas dirige a atenção da polícia mais para os problemas que estão por trás dos incidentes, do que para os incidentes em si. O policiamento comunitário enfatiza o estabelecimento de parcerias de trabalho entre a polícia e as comunidades, para reduzir o crime e aumentar a segurança. (MOORE, 2003, p. 115).

No Curso Nacional de Multiplicador de Polícia Comunitária é apresentada uma diferenciação de forma sucinta e objetiva entre policiamento comunitário e tradicional, onde é possível observar e destacar, dentre outras, as seguintes características segundo o texto: No policiamento tradicional a polícia preocupa-se mais com os incidentes, com crimes violentos, sendo a eficiência determinada pelo tempo de resposta; o policial trabalha voltado para o criminoso que constitui a menor parcela da sociedade; o policial é o do serviço, não possuindo contato constante com a população local; as patrulhas se distribuem conforme o pico de ocorrências. Já no policiamento comunitário a relação pretendida é a de que a polícia é o público e o público é a polícia, podendo o policiamento contar com a participação do cidadão; a polícia é apenas uma das instituições governamentais responsáveis pela qualidade de vida da comunidade;

o papel da polícia é dar um enfoque mais amplo visando a resolução de problemas, principalmente por meio da prevenção; a eficácia é medida pela ausência de crimes e desordem, não pelos números gerados; o policial trabalha voltado para o cidadão de bem que constitui a maior parcela da comunidade; o policial é da área, conhecendo a região e os integrantes da comunidade, sendo reconhecido por eles. (DALBOSCO et al., 2013).

Quando se defronta com um modelo, como o descrito acima, onde a polícia busca se aproximar e interagir com a sociedade, de forma planejada e produtiva. Bayley e Skolnick (2017) identificaram a seguinte responsabilidade na gestão para a persecução desse objetivo, onde sintetizam com clareza o que foi discutido nesta pesquisa até o momento sobre a relevância da gestão da imagem institucional para o policiamento:

O público deve ser visto como “co-produtor” da segurança e da ordem, juntamente com a polícia. Desse modo, o policiamento comunitário impõe uma responsabilidade nova para a polícia, ou seja, criar maneiras apropriadas de associar o público ao policiamento e à manutenção da lei e da ordem [...] “se o policiamento comunitário” deve significar algo diferente, deve referir-se a programas que mudem as interações habituais entre a polícia e o público. (BAYLEY; SKOLNICK, 2017, p. 18).

Este artigo se reservou a entender como a percepção social sobre a instituição policial, e sua gestão, possa refletir no policiamento, não vislumbrando esgotar-se em conteúdos teóricos sobre o assunto. Assim, percebe-se que para atingir algum resultado concreto o policiamento alinhado à aproximação com a comunidade necessita que a instituição policial gerencie sua imagem, seja através de meios de comunicação, programas sociais, ou outras ferramentas, de forma que a sociedade tenha uma percepção positiva dela, que não haja desconfiança, medo ou resistência pelo cidadão, que este perceba sua participação e responsabilidade diante da segurança pública e que seja rompida a imagem de distanciamento entre polícia e sociedade, arraigada pelo policiamento tradicional.

O policiamento comunitário não é apenas um modelo predefinido, é uma filosofia que se realiza de formas dinâmicas. Uma das maneiras de empregar o policiamento comunitário que mais evidencia o contato entre a instituição policial e a comunidade é a visita comunitária, processo que se constitui pelo contato direto entre o policial e o cidadão.

A PMGO além de constar os estudos sobre policiamento comunitário na grade curricular de seus cursos de formação de praças e oficiais (GOIÁS, 2017), tem um Procedimento Operacional Padrão que orienta as atividades de monitoramento, visitas comunitárias, visitas solidárias e reuniões mensais. A visita comunitária é assim definida:

Visita Comunitária: ato do policial militar de deslocar-se a uma residência, escola, igreja, estabelecimento comercial ou qualquer outro local de interesse da segurança pública, para repassar as orientações necessárias ao incremento da segurança, além de integrar-se de maneira proativa na vida social da comunidade. (GOIÁS, 2014, p. 188).

Essa perspectiva da visita comunitária como meio de interação da instituição policial com o cidadão dialoga com o texto de Chaves (2005), já exposto neste trabalho, sobre a capacidade que a instituição possui no âmbito da gestão da imagem institucional de se representar por meio de si mesma, de seus elementos materiais e humanos. Desse modo, as visitas comunitárias assumem um papel importante na gestão da imagem

institucional uma vez que dão rosto e nome ao policial fardado que passa a ser conhecido pelos envolvidos nas atividades, sendo uma ferramenta importante para divulgação de informações sobre prevenção ao crime, projetos institucionais e a forma de atuação na região, dentre outros elementos que inculcam no cidadão o sentimento de proatividade para com a segurança pública e aproximação com o policiamento ostensivo local.

4 METODOLOGIA

Este trabalho foi realizado por meio de uma abordagem qualitativa, uma vez que, conforme orienta Richardson (2015), esse tipo de experiência possibilita descrever a complexidade de um problema e o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos. Portanto, estabeleceu-se como procedimento para a coleta de dados a entrevista semiestruturada, tendo em vista que se pretendeu através da flexibilidade do diálogo direcionado compreender aspectos da percepção e do comportamento dos entrevistados.

Os dados obtidos foram organizados em forma de quadros sistematizados que sintetizem as informações das entrevistas, sendo que a análise consistiu na transcrição e discussão de trechos das entrevistas que se evidenciaram frente aos aspectos teóricos tratados neste trabalho, uma vez que pretendeu-se observar se as visitas comunitárias influenciam na percepção da imagem institucional da PMGO e no comportamento dos envolvidos, bem como a repercussão para o policiamento ostensivo.

Assim, foram entrevistadas 06 (seis) pessoas que receberam atendimento no ano de 2018 pelo projeto de visitas comunitárias do CAPM, denominado Patrulha Escolar, realizado durante o policiamento noturno, sendo os selecionados residentes na cidade de Goiânia-GO, distribuídos em grupos compostos por 02 (duas) pessoas, sendo uma do sexo feminino outra do sexo masculino, integrantes de cada área de policiamento do projeto objeto do estudo, que conta com 03 (três) áreas, buscando-se uma maior variabilidade de informações.

Quanto à realização das entrevistas, foram realizadas no mês de setembro do corrente ano, sendo que as informações de contato dos entrevistados foram obtidas junto ao coordenador responsável pelo registro dos locais a serem integrados pelos cartões programa do projeto de Patrulha Escolar do CAPM. As entrevistas foram realizadas no local de trabalho dos entrevistados com auxílio de um roteiro, gravador de voz e caderno de anotações. Ainda, a pesquisa lançou mão do anonimato dos entrevistados vislumbrando maior veracidade nas respostas fornecidas.

No que tange ao conteúdo das entrevistas, o roteiro contou inicialmente com questionamentos relacionados com o perfil do entrevistado e perguntas previamente elaboradas, relacionadas aos conhecimentos sobre a instituição PMGO, percepção sobre a atuação da instituição no quadrante do envolvido, questões relacionadas a percepção e ao comportamento do entrevistado frente ao policiamento ostensivo antes e após participar do referido projeto de policiamento e visitas comunitárias.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esse projeto é realizado mediante um planejamento de “cartões programa”

– uma relação de locais e horários previamente estabelecidos e atividades a serem realizadas – patrulhamentos, abordagens, pontos de estacionamento e visitas comunitárias nas áreas I, II e III, compreendendo respectivamente pontos estratégicos na região da Praça Universitária, do Jardim Goiás e imediações do Parque Flamboyant, na cidade de Goiânia-GO.

Todas as entrevistas foram realizadas no dia 05 de setembro de 2018 entre os períodos das 18h00 às 22h00, tendo tempo de duração entre 07 a 15 minutos, sendo as localidades obtidas junto ao coordenador responsável pelo mapeamento de pontos a serem integrados pelos cartões programas da Patrulha Escolar.

5.1 SÍNTESE DE PERFIS E RESPOSTAS DOS ENTREVISTADOS

A partir dos questionamentos de número 01 a 06 do roteiro de entrevista, conteúdo em apêndice, que tratam de informações referentes ao perfil, verificou-se o seguinte quadro:

Quadro 1 – Respostas questionamentos sobre perfil 01 a 06 do Roteiro de Entrevista.

Fonte: O Autor (2018).

PERFIL DOS ENTREVISTADOS						
ENTREVISTADO	01	02	03	04	05	06
Qual sua idade?	26 anos	32 anos	29 anos	19 anos	62 anos	35 anos
Qual seu sexo?	Feminino	Masculino	Masculino	Feminino	Masculino	Feminino
Qual seu grau de escolaridade?	Superior C.	Superior C.	Ens. Med. Incompleto.	Ens. Med. Completo	Ens. Fund. Completo	Ens. Med. Completo
Qual estado Civil?	Solteira	Solteiro	Solteiro	Solteira	Solteiro	Solteira
Sua renda se enquadra em qual das seguintes faixas salariais?	1 a 5 S.M	Até 1 S.M	1 a 5 S.M	Até 1 S.M	Não informou	Até 1 S.M
Há quanto tempo e com que frequência você tem participado de visitas comunitárias?	04 meses	02 anos	06 meses	01 mês	Não recorda	06 meses
	Não recorda	Quase todos os dias	1 vez por semana	Quase todos os dias	Quase todos os dias	Quase todos os dias

Em relação às respostas do questionamento número 17 do roteiro de entrevistas em apêndice, os entrevistados elencaram as seguintes condutas como negativas e mais antigas e superiores.

Quadro 2 – Respostas questionamentos 07 a 16 do Roteiro de Entrevista.

Fonte: O Autor (2018).

SÍNTESE DAS RESPOSTAS DOS ENTREVISTADOS						
ENTREVISTADO	01	02	03	04	05	06
Antes das visitas comunitárias você possuía algum contato a policial militar?	sim	não	sim	não	sim	não
A presença da polícia militar durante as visitas comunitárias tem contribuído para a sensação de segurança em sua localidade?	sim	sim	sim	sim	sim	sim
A presença da Polícia Militar lhe causa sensação de conforto ou desconforto?	conforto	conforto	conforto	conforto	conforto	conforto
Com as visitas comunitárias, você acredita que houve alguma aproximação no sentido de se interessar por assuntos relacionados a instituição policial militar ou a segurança pública?	não, já possuía	sim	não, já possuía	sim	sim	não
Qual imagem você possuía da instituição Polícia Militar do Estado de Goiás antes das visitas comunitárias? E após?	positiva	positiva	positiva	positiva	positiva	positiva
	positiva	positiva	positiva	positiva	positiva	positiva
Qual imagem você possuía da figura do policial militar antes das visitas comunitárias? E após?	positiva	positiva	positiva	negativa	positiva	positiva
	positiva	positiva	positiva	positiva	positiva	positiva
Você considera que as visitas comunitárias tenham colaborado para um conceito mais positivo ou negativo em relação a sua imagem sobre a instituição Polícia Militar do Estado de Goiás?	mais positivo	mais positivo	mais positivo	mais positivo	mais positivo	mais positivo
Em sua opinião, após o contato com as visitas comunitárias houve alguma mudança de hábito ou comportamento, seja para a segurança individual ou coletiva?	sim	não	sim	sim	não	não

REBESP
v. 12, Especial
2019

Quadro 2 – Respostas
questionamentos 07 a 16 do
Roteiro de Entrevista.
(continuação).
Fonte: O Autor (2018).

Você se considera uma pessoa proativa agindo em colaboração com as atividades de policiamento da Polícia Militar do Estado de Goiás? Você acredita que as visitas comunitárias influenciam de algum modo a esse comportamento?	sim	sim	sim	sim	sim	sim
Você já participou de algum programa ou evento da Polícia Militar além das visitas comunitárias?	sim	não	sim	sim	sim	não

Em relação às respostas do questionamento número 17 do roteiro de entrevistas em apêndice, os entrevistados elencaram as seguintes condutas como negativas e positivas, dispostas respectivamente nos seguintes gráficos:

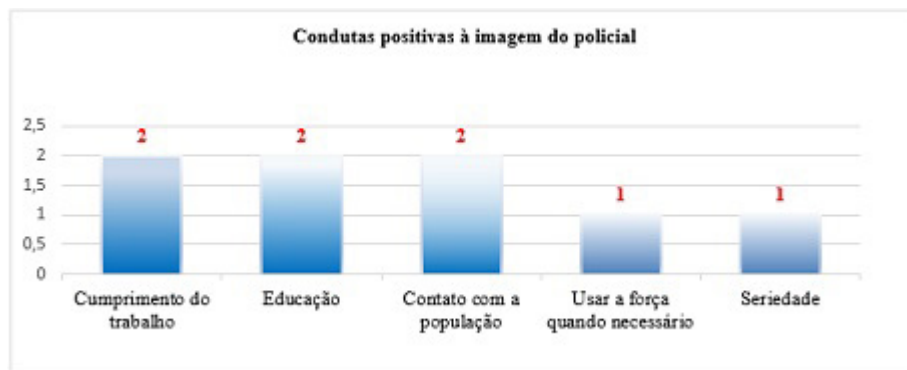
Gráfico 1 – Frequência das condutas elencadas pelos entrevistados como negativas à imagem do policial.

Fonte: O Autor (2018).



Gráfico 2 – Frequência das condutas elencadas pelos entrevistados como positivas à imagem do policial.

Fonte: O Autor (2018).



5.2 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

Tendo em vista os quadros que sintetizam as respostas dos entrevistados, percebe-se que as visitas comunitárias configuram forma de gestão da imagem capaz de influenciar a percepção e o comportamento dos envolvidos, haja vista o consenso entre os entrevistados de que as visitas colaboram para um conceito mais positivo sobre a instituição Polícia Militar do Estado de Goiás e de que incentivam a um comportamento proativo.

O consenso entre os entrevistados é fruto do que Chaves (2005) considera como “suporte da identidade”, uma vez que as visitas comunitárias são realizadas por elementos materiais e humanos da instituição e a autorrepresentam, exteriorizando a identidade corporativa. Costa (2001) elege essa exteriorização como importante para a construção da imagem da corporação, a qual se consolida na representação mental da instituição pelo público.

No conjunto das entrevistas, observou-se que o cidadão percebe que as visitas comunitárias reforçam uma imagem positiva para a instituição policial, o que se destaca na seguinte fala: “Sempre tive uma visão positiva, uma sensação de segurança mesmo, sempre tive uma visão boa” (ENTREVISTADO 1), sendo que perguntada sobre a repercussão das visitas nessa imagem positiva expôs: “Sempre reforçam sim, ajuda

bastante" (ENTREVISTADO 1).

A partir dessa noção de imagem corporativa ou institucional Gomes (1993) traz que o comportamento humano é produto da imagem percebida e isso se observa na terceira entrevista em que se identificou uma alteração efetiva na imagem e comportamento do cidadão por influência das visitas comunitárias: "Antes eu tinha uma visão diferente, que eles são mais fechados e tal, mas depois que começaram a fazer visitas aqui... São bem-educados, são gente muito boa". (ENTREVISTADO 3).

Assim, o terceiro entrevistado demonstrou que com as visitas comunitárias houve uma mudança na imagem sobre os policiais da área e houve uma aproximação que possibilitou receber orientações conforme preconiza o policiamento comunitário e através delas mudar a forma de agir em relação a sua segurança individual e coletiva. Conforme expressou: "A primeira vez que a viatura veio aqui recebi algumas orientação [...] na hora de fechar eu ficava dando muita bobeira, eu fecho aqui meio tarde, então fico sozinho, além de estar fechando um pouco mais cedo, estou tomando mais cuidados na hora de fechar". (ENTREVISTADO 3).

Ainda tratando da relação imagem e comportamento, a seguinte entrevista recordou às observações de Kotler e Keller (2012) onde apontam que o comportamento está relacionado à motivação e é influenciado pela percepção da situação, onde a imagem de preocupação com a segurança do cidadão, percebida pelo entrevistado, incentivou a um comportamento mais proativo. Ao ser questionado sobre a imagem que as visitas demonstram, a entrevistada opinou: "Acho que colabora, que aí a gente tá vendo que realmente tá funcionando né? Tão querendo progredir! Acho que funciona sim [...] demonstra que tão preocupados com a segurança da gente" (ENTREVISTADO 6). Questionada se as visitas incentivariam sua proatividade, respondeu: "Uai, acho que incentiva mesmo! A gente se sente mais próximo da segurança e tudo, sabendo que eles estão preocupados com a gente". (ENTREVISTADO 6).

Outro fator importante que pode ser observado na seguinte entrevista é que após as visitas comunitárias houve uma melhora na imagem e no relacionamento junto ao cidadão, coincidindo com preceitos do policiamento comunitário sobre mudar a interação habitual entre a polícia e o público, sendo alusiva às observações de Bayley e Skolnick (2017):

– A primeira impressão que a gente tem é de que o policial é fechado, entendeu? Mas quando você passa a conhecer e a lidar com ele, ele abre completamente com você, entendeu? Mas isso não quer dizer que, por causa que o profissional dessa área é uma autoridade ele não pode conversar com todo mundo já que ele não conhece, porque ele tem que resguardar a sua vida, é necessário, um pouco mais sério, isso deve ser da corporação e da autoridade policial, é muito importante, hoje em dia você não conhece ninguém! (ENTREVISTADO 2).

Além da repercussão das visitas para a imagem institucional e para o comportamento, foi possível identificar durante a quarta entrevista que o cidadão sente mais segurança com a presença dos policiais e evidencia o fato do trabalho voltado para a população de bem como algo importante para a integração do policial e seu relacionamento com o cidadão, através da seguinte fala: "Eles ficam parado aí, a gente fica mais tranquila, até na hora de fechar o caixa às vezes eles vem, eles passam aqui [...] mas é mais seguro quando eles estão por perto né, teve um que veio aqui e deixou o

telefone da viatura" (ENTREVISTADO 4).

A interação entre o policial e o cidadão é o principal objetivo do policiamento comunitário, pois somente com a aproximação do sujeito que está atuando na ponta é que se torna possível a colaboração da comunidade e as forças de segurança pública. Do policiamento comunitário decorre a ideia de que o policial deve ser o da área, conhecendo e sendo reconhecido pelos seus integrantes. Durante a quinta entrevista ficou clara a importância dessa estabilidade, pois o cidadão percebe quando o policial da área que no dia a dia realiza as visitas comunitárias é substituído, onde perguntando sobre a importância de conhecer o policial disse:

– E como é importante, entendeu? Porque às vezes uma viatura está fazendo aqui o pedaço e de repente eles tiram e colam outro, aí você tem que... Mas eu sou fácil de comunicar com as pessoas, por causa que eu já vivo com o policial, já não tenho aquele receio, não tenho medo. (ENTREVISTADO 5).

Ao realizar uma leitura do gráfico a respeito das condutas consideradas negativas e positivas à imagem do policial a partir do texto de Gomes (1993), percebe-se que, como observado acima, a integração entre polícia e comunidade não é uma um propósito fácil de realizar, não é a primeira imagem que fica, mas sim o produto de toda a convivência no dia a dia do cidadão em contato com a instituição policial e seus representantes nas mais variadas formas. Gomes (1993) diz que a imagem não é baseada na realidade ou fatos, mas nas mensagens filtradas por nossos mutáveis sistemas de valores, portanto, toda conduta do policial passa pelo crivo dos valores dos cidadãos, como exemplificado pelos entrevistados, espera-se do policial ser educado, cumprir seu dever, agir conforme a lei, dentre outras virtudes éticas existentes no mundo em sociedade. Da mesma forma, condutas como as elencadas pelos entrevistados, por exemplo, abuso de poder, corrupção, improbidade, dentre outras, também são filtradas pelos nossos sistemas valorativos, não sendo, portanto, a construção de uma imagem positiva um fenômeno instantâneo, mas do cotidiano, um esforço constante que, como tratado por este trabalho, é fundamental para o apoio da comunidade ao policiamento ostensivo, efetivando na segurança pública a responsabilidade de todos, conforme prescreve a Carta Magna.

Diante do exposto, embora nenhum dos entrevistados tenha alegado possuir uma imagem negativa da instituição policial militar anterior às visitas comunitárias, foi observado, conforme os objetivos desta pesquisa, que as visitas comunitárias possuem a capacidade de reafirmar a imagem da polícia junto ao cidadão, seja transmitindo uma sensação de segurança, seja mudando a interação habitual, dentre outras formas. Essa constatação consolidou-se com a afirmação de todos entrevistados de que as visitas comunitárias contribuem para uma imagem mais positiva, capaz de influenciar no comportamento, como relatado por alguns entrevistados, principalmente em aspectos de segurança e proatividade. Assim, as visitas comunitárias, enquanto instrumento de gestão da imagem, são efetivas para o policiamento ostensivo, na medida em que configuram um esforço constante em aproximar a polícia e a comunidade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho exploratório apresentou, em termos qualitativos, aspectos da imagem institucional da PMGO que pairam no imaginário da comunidade atendida pelo Projeto Patrulha Escolar do CAPM, bem como os efeitos dessa imagem sobre o

comportamento dos envolvidos e conseqüentemente para o policiamento ostensivo.

Visando compreender a relação entre visitas comunitárias, imagem institucional e policiamento, esta pesquisa percorreu por teorias e conceitos relacionados à imagem e pelos principais fundamentos do policiamento de proximidade, recorrendo por autores de diversas áreas como administração, comunicação, marketing e sociologia.

Contemplando o objetivo geral deste trabalho, que subsistiu em verificar se as visitas comunitárias propostas na PMGO influenciam na imagem percebida e no comportamento dos cidadãos envolvidos frente ao policiamento ostensivo, constatou-se na análise das entrevistas que as visitas comunitárias realizadas pelo Projeto Patrulha Escolar melhoram a imagem institucional e contribuem significativamente para o policiamento ostensivo, na medida em que incentivam a proatividade do cidadão.

Os principais resultados observados nas entrevistas foram de que as visitas comunitárias reforçam uma imagem positiva da Polícia Militar. Ainda, que essa imagem positiva permite a mudança na interação habitual entre polícia e comunidade. Verificou-se também que a integração com a comunidade incentiva o cidadão a ser mais proativo.

Estando este pesquisador limitado em recursos para que pudesse realizar a pesquisa de forma a abranger os aspectos quantitativos relacionados ao tema, optou-se pelo método qualitativo tendo em vista que seria o método mais indicado pela literatura para explorar a complexidade do objeto estudado. Sendo assim, tendo em vista os resultados apontados, percebeu-se que embora esta pesquisa possa ter identificado alguns aspectos da imagem institucional a partir da visão dos entrevistados, não possibilitou indicar dados representativos em relação ao universo compreendido pelo projeto.

Portanto, frente à relevância e necessidade de estudos sobre o tema proposto, demonstradas por esta pesquisa, bem como visando o incremento dos conhecimentos e o aprimoramento da atividade policial, sugere-se colaborar com os apontamentos desenvolvidos pela pesquisa a realização de abordagem quantitativa com amostra adequada ao universo dos envolvidos pelo programa, capaz de dimensionar a repercussão do projeto em nível operacional, para além do campo teórico, e, assim, atestar estatisticamente a importância de atividades voltadas à valorização da imagem corporativa para o desempenho do policiamento.

Referência

BAYLEY, David H. Padrões de Policiamento. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2002.

BAYLEY, David H.; SKOLNICK, Jerome H. Policiamento Comunitário: Questões e Práticas através do Mundo. 1.ed, São Paulo: Edusp, 2017.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. 292 p.

COSTA, Joan. Imagem Coporativa en el siglo XXI. 1. ed. Argentina: La Corujía Ediciones,

2001.

CHAVES, Norberto. La Imagem Corporativa. 3. ed. Barcelona: G.G Diseño, 2005.

DALBOSCO, Jari Luiz, et al. Curso Nacional de Multiplicador de Polícia Comunitária. 5. ed. Brasília: Ministério da Justiça/Secretaria Nacional de Segurança Pública -SENASP, 2013.

FILHO, Riskala Matrak. A doutrina de polícia repressiva e a sua aplicação na filosofia de polícia comunitária, Revista Ordem Pública, v. 3, n.1, 2010. Disponível em: <<https://rop.emnuvens.com.br/rop/article/view/26>>. Acesso em: 23/06/2018.

GOIÁS. Polícia Militar. Procedimento Operacional Padrão: POP. 3. ed. rev. amp. Goiânia, GO: PMGO, 2014.

_____. _____. Manual de Padronização dos modelos de Documentos. 2017. Disponível em: <http://www.pm.go.gov.br/upload/Manual_de_modelos_de_documentos_da_PMGO.pdf>. Acesso em: 06/06/2018.

_____. _____. Manual de Identidade Visual. 2014. Disponível em: <http://www.pm.go.gov.br/2017/download/Manual_de_Identidade_Visual_PM5.pdf>. Acesso em: 06/06/2018.

_____. _____. Comando da Academia de Polícia Militar do Estado de Goiás. Matrizes Curriculares dos Cursos de Formação de Praças e Oficiais. 2017. Disponível em: <<https://acervodigital.ssp.go.gov.br/pmgo/simple-search?query=matriz+curricular>>. Acesso em: 25/06/2018.

GOMES, M. T.; SAPIRO, A.; VASCONCELLOS, H. Imagem Corporativa: uma Vantagem Competitiva Sustentável. RAE-Revista de Administração de Empresas, v. 33, n. 6, novembro, p.84-96, 1993.

MÍNGUEZ, Norberto. Um marco conceptual para la imagen corporativa, ZER-Revista de Estudios de Comunicación, nº 8, 2000. Disponível em: <<http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17426>>. Acesso em: 07/06/2018.

MOORE, Mark Harrison. Policiamento Comunitário e Policiamento para solução de problemas, In: TONRY, Michael; MORRIS, Norval, Policiamento Moderno. 1. ed. São Paulo: Edusp, 2003.

RICHARDSON, Roberto Jarry. Pesquisa Social, 3. ed. rev. amp. São Paulo: Atlas, 2015.