



Sumário

Prefácio	5
1 - A IMAGEM INSTITUCIONAL COMO FERRAMENTA DE PROMOÇÃO DA POLÍCIA JUDICIÁRIA EM CONTRAPONTO À ORIENTAÇÃO DE GESTÃO EM SEGURANÇA PÚBLICA	11
Referências bibliográficas	26
2 - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE MARKETING INSTITUCIONAL DAS POLÍCIAS JUDICIÁRIAS - AS AÇÕES E ÉTICA DE POLÍCIA JUDICIÁRIA COMO ENDOMARKETING E COMO PARTE DO PLANEJAMENTO DE MARKETING INSTITUCIONAL	29
1. Introdução.....	30
2. Campanhas de marketing de polícia judiciária com frases de efeitos	34
3. Campanhas de datas comemorativas como marketing de polícia judiciária	36
4. Campanhas internas como endomarketing de polícia judiciária	36
5. A ética de polícia judiciária como endomarketing	38
6. Considerações finais	40
7. Referências bibliográficas	41

3 - A LIDERANÇA ESTRATÉGICA COMO ELEMENTO ESSENCIAL PARA O PLANEJAMENTO E MARKETING POLICIAL	43
1. Introdução.....	43
2. Gestão estratégica	45
2.1. Gestão do conhecimento estratégico.....	51
2.1.1. Diagnóstico estratégico externo	52
2.1.2. Diagnóstico estratégico interno	53
2.2. Formulação estratégica	55
2.3. Análise dos públicos de interesse (<i>stakeholders</i>).....	58
2.4. Avaliação estratégica	60
3. O marketing e a atividade policial	60
4. O papel das lideranças	64
5. Considerações finais	73
6. Referências bibliográficas	74
4 - TELEVISIONAMENTO DE AÇÕES POLICIAIS NO INTERIOR DAS DELEGACIAS DE POLÍCIA E DEMAIS PRÉDIOS PÚBLICOS COMO PLANO DE MARKETING - O TELEVISIONAMENTO DE AÇÕES POLICIAIS E A TUTELA DA IMAGEM DO PRESO	77
1. Introdução.....	78
2. O direito de imagem e a liberdade de comunicação à luz do ordenamento jurídico brasileiro.....	78
3. Criminologia midiática e o papel dos meios de comunicação de massa na formação da opinião pública	81
4. A liberdade de informação jornalística e a tutela da imagem do preso	86
5. Considerações finais	93
6. Referências bibliográficas	94
5 - COMPLIANCE POLICIAL E O REFORÇO À TRANSPARÊNCIA PÚBLICA	97
1. Introdução.....	97

2.	<i>Compliance</i> : conceito e aplicação	98
3.	<i>Compliance</i> policial	101
4.	O <i>compliance</i> e a lei n. 12.846/2013 (lei anticorrupção)	103
5.	Considerações finais	106
6.	Referências bibliográficas	107
6 -	PARÂMETROS PARA DIVULGAÇÃO DA IMAGEM DO INVESTIGADO PELA POLÍCIA JUDICIÁRIA	109
1.	Introdução.....	109
2.	Do direito à imagem.....	109
3.	Sigilo e divulgação da imagem pela polícia judiciária	112
4.	Exposição indevida e punição	115
5.	Considerações finais	121
6.	Referências bibliográficas	123
7 -	MARKETING DIGITAL E POLÍCIA JUDICIÁRIA: O USO DA IMAGEM INSTITUCIONAL E DO APARATO POLICIAL PARA FINS PARTICULARES	125
1.	Introdução.....	125
2.	Marketing digital e as redes sociais	127
3.	A polícia judiciária e as redes sociais	129
4.	Redes sociais e os perfis policiais privados: (in)violação aos princípios administrativos	131
5.	O impulsionamento no uso das redes sociais na contemporaneidade.....	133
6.	Considerações finais	134
7.	Referências bibliográficas	136
8 -	O MARKETING DIGITAL NA ATIVIDADE POLICIAL E A DESVINCULAÇÃO DA CARREIRA COMO CONDIÇÃO DE ELEGIBILIDADE	139
1.	Introdução.....	139
2.	Limites éticos ao <i>marketing</i> patrocinado por servidores públicos.....	141

3.	O afastamento do cargo imposto a policiais pelo projeto de Lei Complementar 112/2021	143
4.	Os argumentos subjacentes ao projeto de Lei Complementar 112/2021	144
5.	A leitura moral da constituição: uma solução democrática na linha <i>dworkiana</i>	149
6.	Considerações finais	151
7.	Referências bibliográficas.....	153
9 -	MÍDIA, REPRESENTAÇÃO DA CRIMINALIDADE E MARKETING POLICIAL: O CONTROLE DO CRIME, A POLÍTICA CRIMINAL BASEADA EM EVIDÊNCIAS E O MEDO DO CRIME NO CONTEXTO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO SOCIAL	155
1.	Introdução.....	156
2.	Mídia e polícia: a representação do crime na mídia de massa	158
3.	Medo do crime, mídia e polícia	162
4.	Controle do crime, dados coletados pelas instituições policiais, seletividade criminal e cifras ocultas da criminalidade	164
5.	Política criminal baseada em evidências e a pressão dos meios de comunicação social sobre a agenda pública.....	166
6.	Promoção do serviço policial (marketing policial)	168
7.	Considerações finais	170
8.	Referências bibliográficas.....	171
10 -	A REDAÇÃO OFICIAL NO ÂMBITO DA POLÍCIA CIVIL.....	175
	Referências bibliográficas.....	191