

A UTILIZAÇÃO DAS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE INFORMAÇÃO E APROXIMAÇÃO POPULAR PARA DESMISTIFICAÇÃO DA ATIVIDADE-FIM DA POLÍCIA MILITAR

Lara Francielly Santos Tavares *
Kellen Aguiar Fragoso Pimentel **
Maxiany Brito Amorim ***

RESUMO: Este artigo trata da revolução tecnológica e suas variadas conexões proporcionaram o acesso à informação pela sociedade moderna e conseqüentemente dinamizou todas as áreas de atuação e interação social, tais como: econômica, cultural, lazer, social, de ensino entre outras. Por meio da rede de internet, as mídias sociais tornaram-se uma ferramenta de aproximação, informação, interação, facilidade e dinamismo para divulgação de conteúdo. Frente a essa realidade, as corporações militares atuam em diversos cenários da sociedade e em um contexto sociocultural de intensas modificações que necessita de atualização frequente de planejamento estratégico e de práticas atualizadas da atividade operacional da Polícia Militar vislumbrou-se a necessidade desse projeto de pesquisa. Neste sentido, esse trabalho demonstra como a utilização das redes sociais pela Polícia Militar do Estado do Tocantins pode auxiliar na aproximação com a comunidade e a efetividade da informação. Para tanto, a metodologia empregada foi uma revisão bibliográfica, por meio de materiais pertinentes ao tema que já foram publicados, especialmente nos meios digitais. Concluiu-se que, as redes sociais proporcionam aproximação popular e desmitifica a atividade-fim do emprego dos policiais militares voltada para operações policiais de repressão e prevenção a crimes, além de informar a sociedade sobre as ações da corporação como formaturas militares, participação em eventos, e ações de batalhões e unidades em todo o estado.

Palavras-chave: redes sociais; Polícia Militar; Estado do Tocantins.

DOI: <https://doi.org/10.36776/ribsp.v6i14.182>

Recebido em 13 de junho de 2022

Aprovado em 10 de fevereiro de 2023.

* Polícia Militar do Tocantins (PMTO). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6875-8887> - CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4670277412537269>

** Polícia Militar do Tocantins (PMTO). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1974-9532> - CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5397948616654003>

*** Polícia Militar do Tocantins (PMTO). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6729-757X> - CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8363984711822873>

1 INTRODUÇÃO

Com o aperfeiçoamento do uso da tecnologia de informação, a internet passou por significativas mudanças e surge como uma nova forma de comunicação multidirecional que se baseia na colaboração e na construção coletiva, a web 2.0 (O'REILLY, 2005). A partir desse novo conceito, com a expansão e desenvolvimento da internet surgiram as mídias digitais como consolidação de canais de acesso à troca de informação e conhecimento, revolucionando a base da comunicação da sociedade moderna, pois a interação foi ampliada, ou seja, o número de pessoas utilizando cresce exponencialmente e as barreiras geográficas foram superadas.

O acesso globalizado a informação, devido a revolução tecnológica e suas variadas conexões, dinamizou todas as áreas de atuação e interação social, tais como: econômica, cultural, lazer, social, de ensino entre outras. Por meio da rede de internet, as mídias sociais tornaram-se uma ferramenta de aproximação, informação, interação, facilidade e dinamismo para divulgação de conteúdo. Sendo assim, para dinamização da atuação da atividade e maior interatividade com a sociedade, a Polícia Militar do Estado do Tocantins vem adotando o uso das mídias sociais como estratégias para apresentar informações (educativa e/ou operacional), a atividade-fim da instituição e campanhas para aproximação da comunidade.

A organização e a qualidade na produção dos conteúdos expostos nas redes sociais são de extrema importância para realização dessa nova realidade de comunicação de massa. Por isso, as redes sociais são ferramentas de divulgação e aproximação junto ao público-alvo de forma cada vez mais veloz e instantânea, modificando as formas de interação e relação humana, em especial, nas corporações militares.

As corporações militares atuam em diversos cenários da sociedade e num contexto sociocultural de intensas modificações que necessita de atualização frequente de planejamento e práticas atualizadas da atividade operacional da Polícia Militar. Deste modo, diante da universalidade e efetividade da utilização das mídias digitais, como as redes sociais podem contribuir para aproximação da sociedade e a exposição eficaz da atividade operacional da Polícia Militar do Estado do Tocantins?. Esta pesquisa pretende analisar como as redes sociais podem potencializar a efetividade das ações da Polícia Militar e, desse modo, auxiliar na divulgação de informações e contribuir para a aproximação com a comunidade.

O artigo é composto por uma seção na qual discute-se os conceitos de rede social e mídia social, em seguida o segundo capítulo trata da utilização das mídias sociais pela Polícia Militar do Tocantins com a exposição de notícias postadas na respectivas ferramentas tecnológicas de comunicação utilizadas pela corporação.

Para tanto, o caminho metodológico da pesquisa consistiu em um estudo bibliográfico sobre a temática em questão. E para melhor compreensão do funcionamento das mídias sociais da PMTO foram feitas buscas nos conteúdos publicados no Facebook, Instagram, Twitter e YouTube; e os respectivos comentários que foram citados no decorrer do trabalho.

Diante deste panorama, a presente pesquisa visa analisar como as redes sociais podem potencializar a efetividade das ações (de comunicação) da Polícia Militar e, desse modo, auxiliar na efetividade (propagação) da informação prestada e aproximação com a comunidade.

2 REDE SOCIAL x MÍDIA SOCIAL

Segundo Martins (2022), o termo rede social é antigo e corresponde a criar um relacionamento com as pessoas compartilhando objetivos e valores em comum. Isso não implica estar conectado à internet para compor uma rede social com um grupo de pessoas que têm algum nível de relação ou interesse mútuo.

O ser humano é intrínseco a uma rede social desde o nascimento: a família. Com o seu desenvolvimento fisiológico, o autor destaca que “no decorrer da vida, ele começa a se enquadrar em novas redes: amigos, escola, trabalho, e estas redes sociais agregam ao ser humano valores e conhecimentos dos quais ele se utiliza no dia a dia para (sobre)viver” (TOCANTINS, 2022, p. 3). Por isso, que na internet o conceito de rede social é direcionado para um grupo do qual o indivíduo faz parte, que compartilha conteúdo e ideias. A proposta principal da rede social é a interação entre as pessoas, sendo assim, sites como Facebook, Google+, Instagram, entre outros, são considerados redes sociais.

Martino (2014) leciona que as redes sociais podem ser entendidas como um tipo de relação entre seres humanos fundamentada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes. Mesmo sendo um conceito antigo, a ideia de redes foi revigorada com o uso da tecnologia que proporcionou a construção de redes sociais conectadas pela internet, definidas pela interação via mídias digitais.

As redes sociais além de promover o entretenimento e a comunicabilidade atuam como espaços de interação social. Sendo um espaço onde as pessoas se (re) encontram, expressam ideologias e promovem mobilizações em prol de um mesmo motivo, seja por solidariedade ou por reivindicação popular. Podem também ser realizados anúncios e campanhas publicitárias, além de contatos profissionais, projetos educacionais, jornalismo, denúncias (RAMOS; MARTINS, 2018).

Por sua vez, as mídias sociais envolvem todos os tipos de redes sociais, pois são caracterizadas com um grupo de aplicações para internet construídas com base nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da web 2.0, e que permitem a criação e troca de conteúdo: “São sistemas online que permitem a interação social, a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos” (TOCANTINS, 2022, p. 4).

Assim, percebe-se que a rede social é uma parte da mídia social, já que as mídias sociais são ferramentas online usadas para divulgar conteúdos e simultaneamente permitem alguma relação com outras pessoas. O uso das mídias sociais pelo setor público apresenta uma finalidade estratégica específica.

A Diretriz de Marketing e Mídias Sociais da PMTO (TOCANTINS, 2020) observa que a adoção das mídias sociais envolve uma série de decisões práticas, como: qual aplicativo (Facebook, Twitter, Youtube, WhatsApp, dentre outros) deve ser usado, com que finalidade, que tipo de

informações compartilhar, quem vai fornecer a informação, que público se pretende atingir, o que será feito com as perguntas e respostas do público. Essas escolhas envolvem questões de estratégia, questões tecnológicas, de estrutura organizacional e de gestão. Neste sentido, as operações policiais, eventos militares como formaturas, divulgação de ocorrências de vulto devem fazer parte das informações divulgadas pela corporação, desde que obedecidos os critérios estabelecidos na diretriz.

Silva e Lobão (2020) destacam que as redes sociais geram novos meios de informações, criando novos perfis de identidade, um novo modo de relacionar-se com os outros indivíduos e isso pode influenciar na visão de mundo do indivíduo. Assim, o maior desafio é conectar estas novas informações para originar um conhecimento significativo.

Muitas pessoas têm acesso às mídias sociais e isso facilita a troca de informações de modo rápido e efetivo. Uma pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2018 apontou que a cada ano, o Brasil ganha 10 milhões de novos internautas e que a principal fonte de acesso à internet é o celular e a principal finalidade do acesso é o envio de mensagens por aplicativos diferentes de e-mail, isto é, pelas redes sociais (TOCANTINS, 2020). Por isso, a importância da publicação de notícias e ações desenvolvidas pela PMTO nas mídias sociais.

Diante da massificação das notícias, por meio das redes sociais, diversas pessoas têm acesso a informações oficiais sobre o que acontece na PM em diversas localidades no estado do Tocantins, não somente na capital do estado. Isso, porque as redes sociais massificam as informações provenientes de todo o estado sobre prisões de pessoas, apreensões de drogas, armas de fogo e brancas (facas). Tais notícias são relevantes no ponto de vista de prestação de serviço do que está sendo executado pela PM como também informativo não somente para a população como para os veículos de comunicação.

Penha (2020) comenta que o cidadão pode ainda adquirir conhecimento sobre as mudanças de hábitos para prevenção ao crime já que, a interação entre comunidades de pessoas e empresas que se reúnem on-line pelas mídias sociais por meio de mensagens escritas, faladas, em formato de imagens, entre outros.

Observa-se que, as mídias sociais se consolidaram como ferramenta de publicidade de ideias ao passo que possibilitam a viralização da informação e também a comunicação boca-a-boca, uma vez que, as informações visualizadas nas mídias sociais são replicadas em conversas informais no cotidiano das pessoas (PORTO, 2013).

Atrelado a isso, o ser humano apresenta uma linguagem muito visual. A visão humana é veloz, compreensiva, simultaneamente analítica e sintética, onde a mente humana consegue receber e processar um grande número de informações numa fração de segundos, como afirma Silva e Lobão:

Essa forma de interação do homem contemporâneo com a sua realidade através da imagem é mediada pela informática. É uma comunicação representada pela televisão, cinema, vídeos e fotografias. Na atualidade, essa interação é mediada pelos celulares, com a capacidade de captura e armazenamento; pela televisão, que transmite diariamente imagens atualizadas de todo o mundo; pelos *outdoors*, que apresentam imagens e vídeos nos lugares movimentados da cidade. Inclui-se neste rol o cinema, que com a tecnologia digital, integra textos, gráficos, imagens, vídeos, animações e sons (SILVA; LOBÃO, 2020, p. 5).

Diante dessa realidade, as organizações mudaram a forma de comunicação com o público para que os cidadãos possam interagir com a Polícia Militar. Essa facilidade de interação e de compartilhamento de conteúdo que as mídias sociais oferecem tem resultados práticos na prevenção e no combate ao crime. Através da tecnologia de comunicação móvel, as barreiras espaço-temporais são superadas.

3 O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS PELA POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DO TOCANTINS

No estado do Tocantins, a PM utiliza as seguintes mídias sociais conforme a função: a mídia social Facebook é utilizada com foco no relacionamento interpessoal, onde o público pode ser segmentado por meio da criação de grupos específicos. Pode ser utilizada para dar amplo conhecimento das atividades desenvolvidas pelas Unidades Policiais Militares (Figura 1).

Figura 1. Página da PMTO no Facebook.



Fonte. https://www.Instagram.com/pmto_oficial/.

O público das mídias sociais tem acesso em primeira mão das notícias da corporação e sabem que a notícia é real e verídica, tendo em vista a credibilidade das informações que vêm direto da Assessoria de Comunicação da PM.

Conforme Miranda (2019), o Facebook pode se tornar uma excelente ferramenta de publicação de conteúdo audiovisual e gráfico, se bem utilizado, no âmbito de suas funcionalidades e

dentro das políticas internas de valores e perspectivas desejadas na publicação. Além disso, a proximidade com os públicos de interesse agrega uma dinâmica de aferição de resultados e construção da imagem institucional.

No âmbito da PMTO, o Facebook é utilizado para divulgar informações, em transmissões de lives, de eventos militares, de desenrolar de ocorrências, para vídeos de entrevistas coletivas etc., sendo uma ferramenta midiática de grande potencial para divulgação de informações e que aproxima a corporação com a população, uma vez que é uma fonte fidedigna e atualizada de notícias.

Outra rede social utilizada pela PM do Tocantins é o Instagram que é usado como mídia social com foco em imagens, normalmente, apresenta um link para que o cidadão possa se aprofundar no conteúdo da postagem, se necessário. Tal link direciona para o site institucional da PMTO, que também é administrado pela Assessoria de Comunicação da corporação, e proporciona informações mais detalhadas sobre a notícia em questão.

Figura 2. Página da PMTO no Instagram (E), Twitter (C) e Youtube (D).



Fonte. 1. Instagram. https://www.instagram.com/pmt_o_oficial/; Twitter. https://twitter.com/PMTO_oficial; Youtube. <https://www.youtube.com/c/PMTOOficial>.

No Instagram, a sociedade acompanha mais de perto as informações divulgadas pela corporação. Pois, ele é atualizado frequentemente tanto nos feeds como os stories que tem postagens diárias e rotineiras, gerando assim, um fluxo de acesso bem mais volumoso em relação às demais mídias sociais. Com o Instagram a corporação tem capilaridade de repostar postagens de todas as unidades do estado, como batalhões e companhias militares, aproximando assim, as diversas regiões do estado do

Tocantins. Um usuário em Palmas visualiza o que o Batalhão de Arraias, extremo-sul do estado, posta, por exemplo. É uma maneira de se informar sobre ações em todo o estado de Norte a Sul. Nos stories há postagens de conteúdo variado informativo e lúdico como ainda de datas comemorativas, curiosidades e repostagens de policiais militares no exercício da atividade seja em policiamento, dentro de viaturas, em relacionamento com a sociedade etc.

O *Twitter* também usado pela PMTO consiste numa ferramenta caracterizada como microblog que permite que perfis oficiais de órgãos públicos postem mensagens curtas. Também faz uso do direcionamento para o site institucional. Outra ferramenta é o Youtube é uma rede focada exclusivamente em vídeos, permitindo que usuários possam fazer uploads (publicação), visualizar e fazer downloads de vídeos de forma gratuita. Assim, seu uso é realizado com uma linguagem descritiva, explorando o teor do vídeo com objetividade; divisão dos vídeos em *playlists* por assuntos.

O uso dessas redes sociais pela corporação deve ser utilizado para agir além e superar expectativas, desse modo, cada setor de comunicação regional deve mapear suas particularidades locais e traçar estratégias próprias de Comunicação, valendo-se das mídias sociais para tanto, facilitando a interação e a maximização de resultados positivos. O seguidor tem acesso a informações locais e específicas de sua região, há várias companhias e batalhões que têm um perfil em mídias sociais, bem como se seguir as mídias da PMTO que possui um perfil próprio tem acesso a informações em âmbito estadual (figura 2).

Convém ressaltar que, as postagens da corporação recebem bastante interação seja de elogios, críticas, reclamações e juízos de valor com posicionamento positivo e negativo sobre a atuação da corporação. As mídias sociais são um canal de aproximação com a sociedade que se sente à vontade para comentar nas postagens realizadas pela corporação, conforme a figura 3.

Figura 3. Página da PMTO no Instagram.



Fonte. https://www.Instagram.com/pmto_oficial/.

Observa-se que, as mídias sociais são ótimas ferramentas de interação entre a PM e a comunidade. Considerando que, as postagens sempre são comentadas pelos seguidores da rede social. Atualmente, a o Instagram, que tem hodiernamente mais de 45 mil seguidores na página oficial da PMTO, é a rede social que mais possui interação dos usuários. Segundo a Assessoria de Comunicação da corporação, há dois anos, em 2019, o perfil possuía 20 mil seguidores, sendo o 4º lugar no ranking das polícias do Brasil.

Os números de *views*¹ da plataforma têm crescido e junto com ele a interação e postagens da PMTO que a cada dia busca capacitar a equipe técnica que trabalha com o departamento de mídias sociais e se aperfeiçoa para lidar com as novas tecnologias para divulgação das ações da corporação. E manter um espaço de diálogo com a população que comenta, compartilha e rende *views* para as publicações.

Na figura 4, tem-se uma postagem do 1º Batalhão da PM (BPM) sobre a escolinha de futebol que atende o público infanto-juvenil da capital gratuitamente. Postagens voltadas às ações que envolvam a comunidade também têm bastante interação e engajamento.

Figura 4. Postagem do 1º BPM no Instagram



Fonte. <https://www.Instagram.com/p/CaVoqnvORrF/>.

¹ O termo em inglês corresponde ao número de visualizações na mídia social.

Como já exposto anteriormente, as unidades da PM também possuem mídias sociais que são administradas pelas unidades e atuam conforme o Plano de Comunicação e as Diretrizes de Marketing e Mídias Sociais da corporação. A utilização das mídias sociais como ferramenta de informação tem como resultado a aproximação popular e desmitificação da atividade-fim da Polícia Militar, visto que expor as ações desenvolvidas pela corporação dá amplitude e reconhecimento das atividades com transparência e confiabilidade. A população consegue acompanhar o que de fato está sendo realizado pela Polícia em diferentes localidades, minimizando *fake news*² que podem ser disseminadas pela ausência de informação de veículos oficiais.

Em análise das mídias sociais da PMTO verificou-se que a corporação busca desmitificar a imagem negativa associada a corporações militares, de que a PM só atua com violência e repressão na atividade-fim que é o policiamento ordinário nas ruas. Atualmente, o papel preventivo é executado com o mesmo empenho do trabalho operacional, realidade esta que pode ser vista por meio das postagens de ações como a Escolinha de futebol (figura 3), do Programa de Resistência às Drogas (PROERD), campanhas educativas, aproximação popular como a visita de militares ao comércio e residências. Tais ações aproximam ainda mais a corporação da população, que enxerga a instituição como uma mão do estado no combate à criminalidade e no exemplo de conduta para cidadãos do bem.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a evolução das formas de comunicação, tendo em vista as novas tecnologias, os avanços tecnológicos devem ser incorporados às instituições, sejam elas públicas ou privadas, não somente por necessidade de se adequar aos novos tempos, mas por evidenciar uma oportunidade de informar e esclarecer o público-alvo sobre as ações institucionais através de um canal de confiabilidade e transparência, como no caso da PMTO, das ações milicianas sejam elas de repressão ou prevenção à criminalidade.

Esta pesquisa alcançou o objetivo proposto e verificou que a utilização das mídias sociais pela Polícia Militar do Estado do Tocantins auxilia na aproximação com a comunidade e a efetividade da informação com mensagens adequadas e periódicas, ocasiona uma efetiva interação onde o cidadão é informado sobre ações da PM, bem como tem a oportunidade de se pronunciar sobre determinados assuntos. Sua voz ganha visibilidade dentro da corporação tendo em vista que as mídias são monitoradas pelas assessorias de comunicação da corporação.

Essa estratégia comunicacional desmitifica a imagem negativa associada às Polícias Militares truculentas e que não dão voz aos cidadãos. Com a propagação de informações sobre as atividades-fim da corporação ocorre a aproximação popular em um processo informacional eficaz e eficiente, de mão dupla que traz benefícios para ambos os lados: para o cidadão que tem acesso às informações da corporação e da instituição que divulga suas ações e realiza uma comunicação transparente.

Pois, diferentemente da cultura social de outrora, as corporações militares buscam a aproximação com a comunidade por meio da filosofia de Polícia Comunitária, que prima pela parceria com a comunidade, de maneira que, é possível potencializar ações estratégicas para solucionar problemas

² O termo em inglês corresponde a notícias falsas.



da Segurança Pública. Não é somente sobre repressão de crimes, mas especialmente sobre a prevenção como é preceituado em países mundo afora. Práticas policiais de prevenção auxiliam na redução dos índices criminais.

Por fim, sugere-se uma pesquisa mais aprofundada com análise substancial das postagens da PMTO nas mídias sociais para compreender melhor os efeitos da utilização destas ferramentas para a aproximação popular e informações sobre as ações desenvolvidas pela corporação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COELHO, M. de F.; GOSLING, M. de S. **Comentar bem ou mal na internet? O engajamento de viajantes em reviews de hotéis.** TURYDES, Turismo y DesarrolloLocal, v. 8 n. 19, 2015.

DIAS, P. **Viver na sociedade digital: Tecnologias digitais, novas práticas em mudanças sociais.** Cascais: 1ª Ed., Princípia, 2014.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Org.). **Métodos de pesquisa.** Porto Alegre,RS: Universidade Federal de Rio Grande do Sul, 2009.

MARCINEIRO, N. **Polícia comunitária: construindo segurança nas comunidades.** Florianópolis: Insular, 2009. 232 p.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa.** São Paulo: 6.Ed., Atlas,2002.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, ambientes e redes.** 2.Ed. Petropolis, RJ: Vozes, 2014.

MEZZARROBA, O.; MONTEIRO, C. S. **Manual de metodologia da pesquisa noDireito.** São Paulo: 5.Ed., Saraiva, 2009.

MIRANDA, A. C. As redes sociais da Polícia Militar do estado de Rondônia: umestudo de caso sobre a desconcentração da divulgação institucional pelo Facebook. **Revista Silva**, v. 3, n. 2, p. 32-50, 2019.

O'REILLY, T. **What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.** 2005. Disponível em:<https://www.oreilly.com/pub/a/web2/ar_chive/what-is-web-20.html>. Acesso em: 17 jan. 2022.

RAMOS, P. E. G. T.; DE OLIVEIRA MARTINS, A. Reflexões sobre a rede social Instagram: do aplicativo à textualidade. **Texto Digital**, v. 14, n. 2, p. 117-133, 2018.

ROQUE, G. **Redes de Conhecimento e a Formação a Distância.** Rio de Janeiro:Boletim Técnico do SENAC. 36, 2010.

SILVA, C. V.; LOBÃO, M. S. P. Youtube como ferramenta de aperfeiçoamento debombeiros militares. **Revista Contemporânea de Educação**, v. 15, n. 34, p. 193-218, 2020.

VICENTE, C. **Redes Sociais online e consumos culturais: Facebook, um estudo de caso.** Lisboa:ISCTE-IUL. 2012. Dissertação de mestrado. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10071/5158>>. Acesso em 18 jan. 2022.

TOCANTINS. **Comunicação Organizacional.** Curso de Aperfeiçoamento dePraças. Módulos 1 a 4. 25p. 2022.



THE USE OF SOCIAL NETWORKS AS A TOOL FOR INFORMATION, POPULAR APPROACH AND DEMITIFICATION OF THE END ACTIVITY OF THE MILITARY POLICE

ABSTRACT: This article deals with the technological revolution and its various connections provided access to information by modern society and consequently boosted all areas of action and social interaction, such as: economic, cultural, leisure, social, teaching, among others. Through the internet network, social media have become a tool of approximation, information, interaction, ease and dynamism for the dissemination of content. Faced with this reality, military corporations operate in different scenarios of society and in a sociocultural context of intense changes that require frequent updating of strategic planning and updated practices of the operational activity of the Military Police, the need for this research project was glimpsed. In this sense, this work demonstrates how the use of social networks by the Military Police of the State of Tocantins can help to approach the community and the effectiveness of information. To this end, the methodology used was a bibliographic review, through materials relevant to the theme that have already been published, especially in digital media. It was concluded that social networks provide popular approximation and demystify the core activity of the employment of military police officers, for repression and crime prevention operations, in addition to informing society about the corporation's actions such as military graduations, participation in events, and actions by battalions and units throughout the state.

Keywords: social networks; Military police; State of Tocantins.