

SERVIÇOS DE SEGURANÇA PÚBLICA: A IMAGEM DA POLÍCIA RODOVIÁRIA FEDERAL

PUBLIC SAFETY SERVICES: FEDERAL HIGHWAY POLICE IMAGE

Márcia Zampieri Grohmann¹

Luciana Flores Battistela²

Daiane Lindner Radons³

RESUMO

Os serviços públicos ligados à segurança são extremamente importantes, porém carente de estudos. Assim, este trabalho pretende: mensurar a imagem da Polícia Rodoviária Federal; identificar a influência do perfil dos entrevistados e de atendimentos anteriores na percepção desta imagem. Foi realizada uma pesquisa com 370 respondentes, mensurando a imagem (escala de 1 a 5) através de: eficiência, comportamento solícito, qualidade do serviço, rapidez, tratamento respeitoso, confiança, justiça, corrupção e avaliação geral. A imagem da PRF foi verificada como boa, as médias obtidas variaram de 2,85 (justiça) até 3,76 (eficiência do atendimento) e a possibilidade de haver corrupção foi baixa (média de 1,32). Observou-se, também que as variáveis com maior influência na percepção da imagem foram: gênero e ser habilitado. Por fim, o recebimento de autuação gerou divergência em quatro itens (corrupção, eficiência, rapidez e qualidade) e o recebimento de auxílio gerou divergência em dois itens (corrupção e justiça).

Palavras-chave: Imagem; Polícia Rodoviária Federal; Avaliação.

ABSTRACT

Public security services are very important but there are so many papers about that. So this paper proposes are: measure the image of the Federal Highway Police, to identify the influence of the profile of respondents and previous treatments in the perception of this image. A search was made with 370 respondents, measuring the image (scale 1-5) through: efficiency, solicitous behavior, service quality, speed, respectful treatment, trust, justice, corruption and overall assessment. The FHP' image has been verified as good, the averages ranged from 2.85 (justice) to 3.76 (efficiency of care) and the possibility of corruption was low (average 1.32). Also was verified that the variables with greatest influence on the perception of the image were: gender and be enabled. Finally, the receipt of tax assessment generated divergence in four items (corruption, efficiency, speed and quality) and the receipt of aid led to disagreement on two items (corruption and justice).

Keywords: Image, Federal Highway Police, Measurement

¹ Doutora em Engenharia de Produção e Sistemas pela Universidade Federal de Santa Catarina, professora do Departamento de Ciências Administrativas e do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Maria – marciazg@ufsm.br

² Doutora em Engenharia de Produção e Sistemas pela Universidade Federal de Santa Catarina, professora do Departamento de Ciências Administrativas e do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Maria – lutti@ufsm.br

³ Graduada em Administração e aluna do Mestrado Acadêmico em Administração da Universidade Federal de Santa Maria – daialindner@yahoo.com.br

1. INTRODUÇÃO

Os trabalhos sobre imagem organizacional tiveram seu ápice na década de 70 e 80. Atualmente há algumas correntes que resgatam o tema e, destes, ressalta-se os estudos sobre imagem de instituições de ensino (DUARTE, ALVES, RAPOSO, 2010; ARPAN, RANEY, ZIVNUSKA, 2003; IVY, 2001; LUQUE-MARTÍNEZ, BARRIO-GARCÍA, 2009; NGUYEN, LEBLANC, 2001; SUNG, YANG, 2008; YUGO, REEVE, 2007). Outra linha que vem recebendo destaque são os estudos em instituições públicas, tendo como interesse as instituições publicas (PAGE, 1988; JULL, 1981; DESAY, HAMMAN, 1994; WORRALL, 1999; FARD, ROSTAMY, 2007; DENHARDT, 2002; YANG, 2008). Porém, no Brasil, o interesse pelo tema imagem organizacional ainda é incipiente, destacando-se poucos estudos atuais como os de: Borges-Andrade e Pilati (2000), Christensen e Rocha (1989), De Toni (2005), Rosa (2001), Valério e Pizzinatto (2003), Grohmann, Alvarenga e Venturini (2007), Cavalcanti (2008) e Zouain, Ross e Cruz (2008).

Atualmente, os serviços públicos ligados à segurança destacam-se como um dos principais e mais carentes, porém, observa-se a escassez de estudos sobre este tema. Desta forma, este trabalho pretende suprir estas lacunas, buscando mensurar a imagem de uma das principais instituições de segurança do Brasil: a Polícia Rodoviária Federal (PRF).

A PRF, enquanto órgão de segurança pública e de fiscalização do cumprimento da legislação vigente, sobretudo de trânsito, se depara, muitas vezes, com usuários de rodovias federais descontentes com a atuação policial. Muitos usuários, embora cometendo a mais grave das infrações, discorda da atuação policial no momento em que vem a ser autuado. Dentre as mais frequentes reclamações dos usuários flagrados em descumprimento à lei, alegam estes que estejam sofrendo perseguições por parte da polícia, principalmente entre os reincidentes, que o intuito de tal autuação é unicamente arrecadatória ou ainda, que tal infração não representou qualquer perigo real ao trânsito e por este motivo não deveria receber autuação.

Como não é novidade no Brasil, uma parte considerável da população acredita que as determinações legais devam ser respeitadas somente pelas demais pessoas. Faz parte de o senso comum acreditar que as “pequenas infrações” cometidas no cotidiano devam ficar acima da aplicação da lei. O que esta parcela da população parece, confortavelmente, desconsiderar é que, em primeiro lugar, suas pequenas infrações nem sempre são tão pequenas assim, e colocam frequentemente a vida de terceiros em jogo, e segundo, que a lei é feita para todos, por todos deve ser respeitada e a todos aplicada.

É este tipo de sentimento de isenção ao cumprimento da lei e por consequência de discordância à sua efetiva aplicação que levam a instituição policial a ser mal vista e mal compreendida por grande parcela da população, enquanto agente de fiscalização de tráfego rodoviário.

Por outro lado, sendo que sua atuação no combate ao crime, atendimento de acidentes e auxílios prestados aos usuários das rodovias, não significa, para a maioria da população, a obrigação ao cumprimento da legislação ou sua sujeição a qualquer tipo de sanção, é nesse aspecto, enquanto agente de segurança pública e auxílio rodoviário que a PRF possui maior simpatia da população em geral.

Desta forma, um dos principais desafios que a instituição enfrenta é o de passar uma imagem séria para a população, independentemente do serviço prestado (fiscalização de trânsito, combate ao crime, atendimento a acidentes e auxílios diversos). Mas, antes de buscar mecanismos para consolidar e melhorar a sua imagem, primeiro é necessário conhecê-la. Assim, o problema deste estudo reside em responder a seguinte pergunta: “Qual a imagem que a população de uma cidade de médio porte, no interior do Rio Grande do Sul, tem da Polícia Rodoviária Federal?”.

Tendo como base este problema, os objetivos deste estudo são: mensurar a imagem da Polícia Rodoviária Federal, na cidade X; identificar a influência do perfil dos entrevistados na percepção desta imagem; identificar a influência de atendimentos anteriores na percepção desta imagem.

O tema justifica-se por dois motivos principais: o serviço prestado pela PRF é de fundamental importância e há uma escassez de estudos no Brasil sobre este tema, o que não acontece no exterior.

Segundo informações obtidas junto ao DETRAN/RS, dados referentes ao ano de 2005, dos 448 acidentes com vítimas fatais ocorridos nas rodovias federais do estado, o número de veículos envolvidos com menos de 5 anos de fabricação (127 veículos) foi maior do que o número de veículos envolvidos com mais de 10 anos (117). Evidencia-se, assim, que o principal fator causador de acidentes não é o estado geral dos veículos nem o estado de conservação das rodovias, mas a imprudência e a falta de respeito às normas de trânsito. O excesso de confiança do condutor que abusa da velocidade e realiza manobras perigosas nas estradas brasileiras aparece como o principal fator causador de acidentes de trânsito no país que anualmente matam mais de 34 mil pessoas.

Lamentavelmente, anualmente morrem mais de 34 mil pessoas e ficam feridas outras 400 mil em acidentes de trânsito no país, cujos custos estão estimados em R\$ 10 bilhões. Dentre os fatores intervenientes e causadores do acidente, ressalta-se o

comportamento humano. Intervir na lógica do acidente e reverter esta tendência, portanto, requer a educação e a capacitação do condutor (DENATRAN, 2006).

E, quando a escassez de estudos, no Brasil, há alguns estudos que enfocam a questão da segurança pública (BRITO, BRITO, 1996; KAHN, 2003; CHESNAIS, 1999; RAMOS, MUSUMECI, 2005), porém um único trabalho foi encontrado sobre a imagem (ou avaliação) deste tipo de instituição, o artigo de Zouain, Ross e Cruz (2008)

2. IMAGEM ORGANIZACIONAL

A literatura traz várias e distintas definições sobre imagem, sendo uma das mais citadas a definição de Dowling (1986) em que imagem é o conjunto de significados pelo qual um objeto é conhecido e através do qual o indivíduo utiliza para descrevê-lo, lembrá-lo e se relacionar. É o resultado da interação com as crenças, ideias, sentimentos e impressões do indivíduo sobre o objeto, sendo que o objeto que pode ser substituído por marca ou organização e, pessoas diferentes, podem ter imagens diferentes de um mesmo objeto. Acrescentando a essa definição, Reis (1991) destaca que a imagem é um processo cognitivo que soma razão e sensação, universos reais e simbólicos, podendo ser entendida como visão subjetiva da realidade objetiva.

Citando Borges-Andrade e Pilati (2000), tem-se imagem como forma de compreender a organização e sua formação inicia-se com:

Certas ideias que podem ter sido desenvolvidas a partir de teorias ou a partir de uma construção social. As ideias são criadas e crescentemente fortalecidas, ao serem compartilhadas entre os membros das organizações. As referidas imagens implicam certo modo incompleto de pensar e de ver as organizações, criado a partir das experiências e interações sociais desses membros, mas que interferem nos seus comportamentos e nos próprios processos e modelos organizacionais (BORGES-ANDRADE, PILATI, 2000, p. 114).

Segundo Teobaldo (1996, p. 66), imagem é a impressão suposta sobre uma organização, tida em comum por um grupo de pessoas. Informação que uma pessoa ou grupo tem de uma organização. Identidade visual de uma organização. Reprodução mental de uma percepção ou de um objeto percebido por meio dos sentidos. Já para Baldissera (2000, p. 13), a imagem é construída a partir de alguns traços de identidade que são comunicados. Entende-se por identidade o conjunto de traços particulares que, associados à realidade e a comunicação, permitem que uma organização seja reconhecida como sendo ela própria, diferenciada.

Todas essas visões são incorporadas por Rosa (2001) que argumenta que a imagem organizacional é formada por cinco pilares (Figura 1): 1) os valores associados a uma imagem às vezes são muito mais influentes do que os fatos objetivamente pertencentes a ela; 2) os

mesmos fatos, vistos a partir de novos valores, podem assumir novo significado; 3) o conhecimento permite que o homem construa uma imagem do mundo, aceitando como verdadeiras premissas que ele não pôde checar pessoalmente; 4) a cultura e os laços que nos ligam culturalmente e que fazem com que diferentes imagens sejam percebidas e compartilhadas amplamente; 5) os atributos essenciais, ou seja, a imagem necessita ser consistente, ser coerente, ter a capacidade de sobreviver, ser estável e ter capacidade de organização.



Figura 1 – Pilares da Imagem Organizacional

Fonte: Adaptado de Rosa (2001)

Halliday (1989) afirma que a imagem é um conjunto de imagens entremeadas nas seguintes dimensões: imagem espacial – onde a empresa se situa; imagem temporal – referente à história da empresa, muitas vezes o comportamento de uma empresa não tem perdão; imagem relacional – como a comunidade vê a empresa em relação à sua vida; imagem personificada – são os papéis desempenhados pelos funcionários da empresa; imagem valorativa – são os componentes racionais e emocionais pelos quais eu julgo a empresa. A imagem organizacional, desta forma, é o resultado das imagens acima e maior do que a soma de suas partes, conforme aponta a Figura 2.

Segundo Neves (2000) são vários os elementos que ajudam a construir a imagem de uma organização e que atuam sobre o conjunto de percepções do indivíduo: a história da empresa, seus produtos e serviços, o comportamento de seus dirigentes, a atitude profissional dos empregados, a propaganda, a programação visual, as cores, a arquitetura dos prédios, o desenho dos escritórios, os eventos que realizam, os programas sociais e culturais que patrocina, como se relaciona com os diferentes públicos.

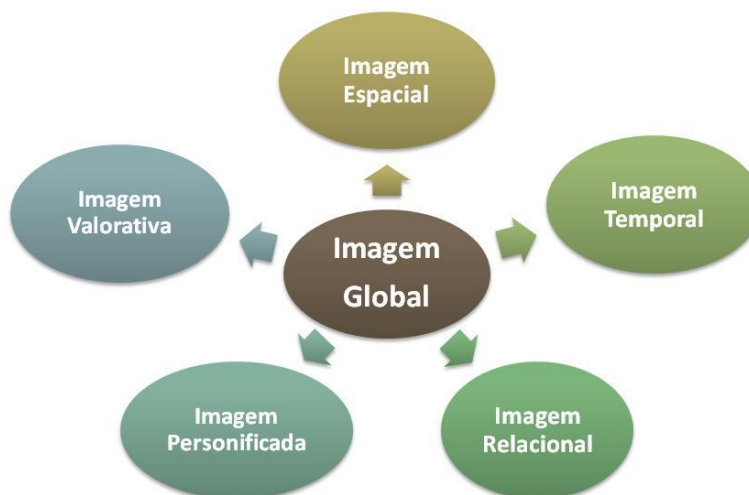


Figura 2 – Dimensões da Imagem Organizacional

Fonte: Adaptado de Halliday (1989)

Construir uma imagem é juntar várias ideias. A formação dessa imagem é um fenômeno individual, ou seja, cada indivíduo possui uma percepção e capta diferentes aspectos de um cenário para construir um conceito bom ou ruim. Quando falamos em imagem "pessoal", precisamos levar em conta os fatores que influenciam diretamente o indivíduo a formar sua imagem da organização. Três são os fatores que interferem na formação individual da imagem (Figura 3): conhecimento, experiência prévia e satisfação obtida com a experiência (CHRISTENSEN; ROCHA, 1989).

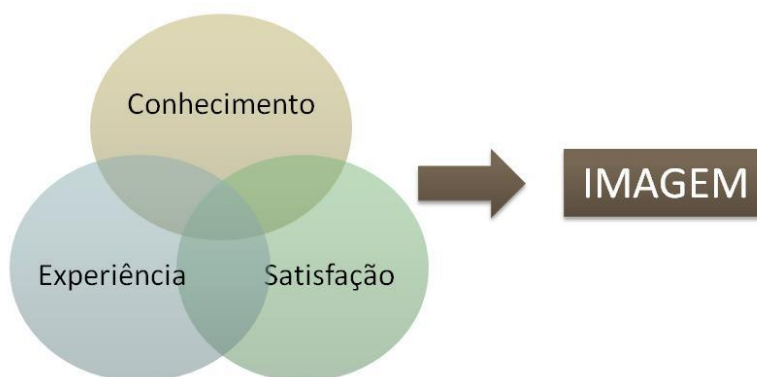


Figura 3 – Componentes que formam a Imagem Organizacional

Fonte: Adaptado de Christensen e Rocha, (1989)

O conhecimento constitui-se, segundo Christensen e Rocha, na "... forma pela qual a pessoa toma conhecimento - isto é, as fontes de informação, o conteúdo da mensagem recebida e os canais pelos quais a mensagem lhe chegou -, além das características do próprio receptor..." (1989, p. 22). A experiência pode ser considerada o elemento diferencial na formação da imagem. Essa experiência pode ser um contato pessoal, uma visita, o recebimento de informações via veículos de comunicação, etc. Já a satisfação obtida com essa

experiência irá permitir ao indivíduo comparar o discurso da empresa com os seus atos. Uma experiência negativa, como um mau atendimento através de uma ligação telefônica, certamente fará com que o indivíduo desenvolva uma imagem negativa da organização (CHRISTENSEN; ROCHA, 1989).

Destes três fatores depreende-se que:

a imagem forma-se sem que a instituição tenha interferido voluntária e conscientemente, sendo o resultado do que a organização comunicou a seus públicos no decorrer de sua existência, mais as experiências a que se submeteram os membros do público em seu relacionamento direto ou indireto com a organização e seus representantes, mais os resultados dessas experiências. (CHRISTENSEN; ROCHA, 1989, p.23)

Além do mais, conforme argumento Cahen (1990, p.31), além de a imagem organizacional ter uma construção complexa ela exige constante manutenção: “... imagem, alguma imagem, tudo e todos têm. Positiva ou não, é outra história. Imagem positiva é difícil de conquistar, mais difícil ainda de manter, e fácil de perder... Uma falha, um deslize, uma catástrofe e adeus boa imagem... nem que seja da imagem de uma pessoa”.

Outro importante aspecto é ressaltado por Boulding (1956) ao afirmar que “o ponto básico que sustenta qualquer sociedade, cultura, subcultura ou organização é sua imagem pública, o que é compartilhado por indivíduos que participam do mesmo grupo”.

A imagem pública, segundo Hartley (2001, p.95) “constitui sua reputação, isto é, a imagem que o público tem da empresa e dos produtos e serviços que essa empresa oferece”. Ainda, segundo o autor, há três fatores que levam as organizações a desconhecer a importância de uma imagem pública e de não realizar esforços para mensurá-la: o impacto da imagem sobre a atuação da empresa normalmente não é específico; a imagem de uma organização não é facilmente avaliada em sua totalidade; é difícil determinar a eficácia dos esforços de construção de uma imagem.

Esta despreocupação com a imagem pública é mais acerbada no âmbito das instituições públicas, pois “nas entidades governamentais, a publicidade negativa não chega a abalar a sua estrutura. Contudo, seus administradores podem ser exonerados, afastados ou não reeleitos” (HARTLEY, 2001, p.139). E, para exemplificar os efeitos do abalo que uma imagem pública pode trazer para organizações governamentais, o autor apresenta o seguinte relato:

Por exemplo, os departamentos de polícia não gozam de boa imagem entre os segmentos importantes da população das grandes cidades. A necessidade de melhorar essa imagem não é menos importante que a de um industrial que enfrenta o desgaste de sua marca. Um departamento de polícia pode desenvolver uma campanha de marketing para conquistar a simpatia da população. Exemplos de atividades que visam o aprimoramento da imagem desse setor é a promoção de visitas a delegacias, laboratório de criminalísticas, departamentos de reconhecimento

de criminosos e penitenciárias, palestras em escolas e patrocínio de projetos recreativos, como um dia em um campo de desportos para jovens (HARTLEY, 2001, p.139).

Dessa forma, considera-se fundamental para uma instituição governamental a mensuração de sua imagem pública e este foi o principal motivo que guiou a escolha do problema de pesquisa deste artigo. Porém, são raros os estudos no Brasil sobre este tema, sendo que os trabalhos de Ramos e Musumeci (2005) e Zouain, Ross e Cruz (2008) utilizam as mesmas variáveis, que são: eficiência, respeito ao cidadão, preconceito/racismo, corrupção, e violência.

Assim, foi preciso recorrer a estudos internacionais para que se obtivessem subsídios de como mensurar a imagem de uma instituição de polícia. Assim, o modelo de mensuração de imagem da PRF que foi utilizado neste estudo é uma combinação de instrumentos utilizados em diversos estudos como os de: Brandl, Frank, Worden e Bynum (1994); Carter (1985), Correia, Reisig e Lovrich (1996); Decker (1981); Falcone e Wells (1995); Jesilow, Meyer, Namazzi (1995); Reisig e Correia (1997); Zamble e Annesley (1987) e Zevitz e Rettammel (1990).

Assim, as variáveis que foram utilizadas na mensuração da imagem da PRF e que serão apresentadas nos resultados deste estudo, no foram: eficiência, comportamento solícito, qualidade do serviço, atendimento rápido, respeito no tratamento, confiança, justiça na instituição, probabilidade de corrupção e avaliação geral.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa teve caráter exploratório e natureza quantitativa. Na pesquisa a que se refere o presente trabalho, procurou-se determinar a imagem da instituição Polícia Rodoviária Federal (PRF), em uma cidade de médio porte localizada no interior do estado do Rio Grande do Sul, junto à população e usuários das rodovias sob jurisdição do Posto BETA.

Tendo por base a população de a cidade ser superior a 200 mil habitantes, calculou-se o tamanho da amostra com nível de confiança de 95% que resultou em um número de 384 pessoas a serem pesquisadas. Este foi o número de questionários aplicados, sendo que alguns foram excluídos devido a falhas no preenchimento das respostas. Desta forma, o número total de questionários válidos foi de 370.

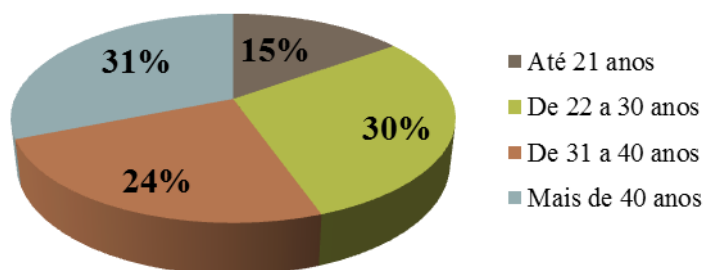
Os questionários integrantes da pesquisa realizada foram pré-testados em pequena escala do público alvo (10 indivíduos, escolhidos aleatoriamente). O questionário era formado por 22 questões com escalas do tipo nominal, ordinal e Likert.

Os dados foram analisados seguinte forma: primeiro foi feita a caracterização da amostra (análise de frequência); num segundo momento foram identificados aspectos da imagem da instituição (análise de frequência e estatísticas descritivas) e, por fim, foram realizados os cruzamentos entre o perfil dos respondentes e para buscar uma melhor compreensão dos dados (teste T e ANOVA).

5 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Os primeiros resultados que serão apresentados referem-se à caracterização da amostra pesquisada, ou seja, apresentam informações sobre os 370 respondentes. Sobre as principais variáveis demográficas, observa-se que 64,1% dos respondentes eram homens (237 pessoas) e 35,9% mulheres (133 pessoas). Observa-se, também, que a frequência dos respondentes de acordo com a faixa etária foi de: 56 pessoas até 21 anos, 109 pessoas entre 22 e 30 anos, 90 pessoas entre 31 a 40 anos e 115 pessoas com mais de 40 anos. Dessa forma, a faixa etária mais representativa, com 31,1% tem mais de 40 anos, como se observa no Gráfico 1.

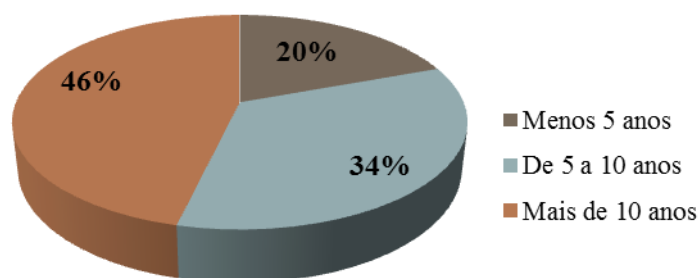
Gráfico 1 – Idade dos respondentes



Buscando conhecer melhor os aspectos mais ligados a real utilização do serviço prestado pela PRF, os entrevistados responderam perguntas relativas à: possuir habilitação, o tipo de habilitação e há quanto tempo possui habilitação. A maioria dos entrevistados, 77,6% possui habilitação (287 pessoas), sendo que apenas 22,4% não possuem. Dos que são habilitados, a maioria possui carteira do tipo A, ou seja, para dirigir automóveis (45,1%), em segundo lugar aparece a carteira AB (para carros e motos) com 22,6%, em seguida, a carteira B (para motocicletas) com 9,7%, seguido da carteira D (8,3%) e, por fim, a carteira C (6,6%). E, para completar essas informações, se observa que 131 respondentes estão habilitados a mais de 10 anos, 97 respondentes entre 5 a 10 anos e 55 pessoas possuem habilitação a menos de 5anos. Os percentuais do tempo de habilitação estão no Gráfico 2.

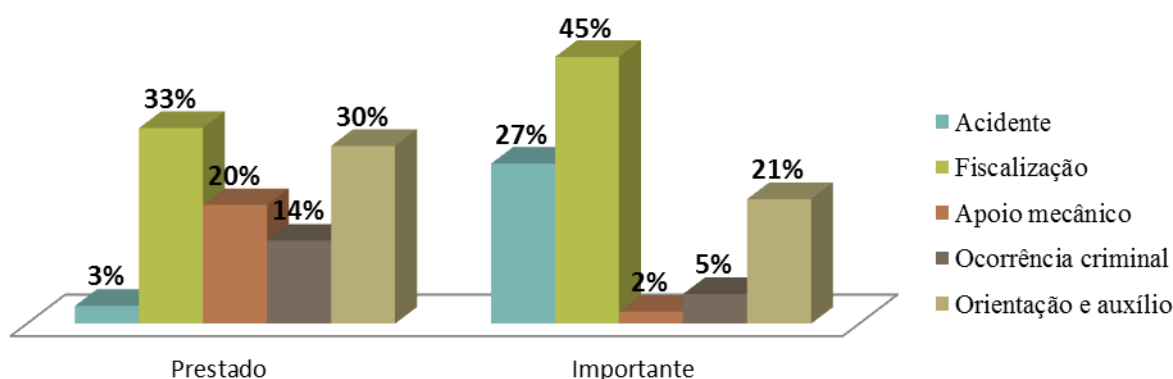
Os dados a seguir representam às questões ligadas com a utilização (positiva e negativa do serviço prestado pela PRF. Num primeiro momento, relacionando-se com utilização negativa, observaram-se que 87 pessoas foram autuadas nos últimos 5 anos, o que representou 25,4% do total de respondentes. E, destes, 44,2% julgaram que a autuação foi por motivos corretos e 55,8% julgaram a autuação injusta.

Gráfico 2 – Tempo de Habilitação



No que se refere à utilização positiva, observou-se que 173 respondentes (47,3%) já receberam algum tipo de prestação de serviço da PRF. Os serviços prestados foram assim divididos (Gráfico 3): 33% refere-se à fiscalização, 30% a orientação ou auxílio, 20% para apoio mecânico, 14% para ocorrência criminal e apenas 3% atendimento a acidentes. Porém, quando os entrevistados foram questionados sobre qual o tipo de serviço prestado pela PRF que julgam mais importantes, os valores encontrados foram: 45% para fiscalização; 27% para atendimento a acidentes; 21% para orientação ou auxílio; 5% para ocorrência criminal e 2% para apoio mecânico.

Gráfico 3 – Serviços Prestados x Serviços Importantes



Dessa forma, como se observa no Gráfico 3, a ocorrência dos atendimentos é diferente do que os usuários entendem como o ideal e, neste aspecto, o valor mais discrepante encontrado foi quanto ao apoio mecânico. Outro dado que merece destaque é o fato de que a fiscalização é o serviço percebido pelos usuários como o mais importante.

Os próximos resultados dizem respeito à imagem da PRF e para sua mensuração, pela falta de estudos nacionais sobre o tema, houve a necessidade de recorrer a trabalhos desenvolvidos em outros países, principalmente nos Estados Unidos. Dessa forma, tendo por base os estudos de Brandl, Frank, Worden e Bynum (1994); Carter (1985), Correia, Reisig e Lovrich (1996); Decker (1981); Falcone e Wells (1995); Jesilow, Meyer, Namazzi (1995); Reisig e Correia (1997); Zamble e Annesley (1987) e Zevitz e Rettammel (1990), as variáveis que foram utilizadas na mensuração da imagem da PRF foram: eficiência, comportamento solícito, qualidade do serviço, atendimento rápido, respeito no tratamento, confiança, justiça na instituição, probabilidade de corrupção e avaliação geral.

Os resultados sobre a imagem da PRF estão sumarizados na Tabela 1 e demonstram que a população percebe de forma positiva a instituição e os serviços prestados pela mesma. A escala utilizada variava de 1 a 5 e as perguntas foram formuladas de forma que o respondente informasse qual nota ele atribuía ao critério analisado. Desta forma, médias acima de 2,5 são consideradas como imagem tendendo ao positivo, com exceção do item probabilidade de corrupção que era uma afirmação negativa.

Tabela 1 – Estatísticas Descritivas

<i>Variáveis</i>	<i>Média</i>	<i>Desvio-padrão</i>
Eficiência	3,76 30	0,8736 6
Comportamento solícito	3,71 43	1,4497 6
Avaliação Geral	3,65 57	0,7150 5
Qualidade do serviço	3,50 67	1,4388 9
Atendimento rápido	3,47 27	0,4999 4
Respeito no tratamento	3,33 42	1,1920 3
Confiança na instituição	3,09 26	0,8914 4
Justiça na instituição	2,85 60	0,8503 4
Probabilidade de corrupção	1,32 14	0,5924 1

Analisando-se os resultados encontrados, observa-se que o item com maior média foi a eficiência no atendimento prestado (3,76), em seguida aparecem os itens: comportamento solícito (3,71), qualidade no serviço prestado (3,51), respeito e tratamento (3,33) e confiança na instituição (3,09). As menores médias foram para o item justiça na instituição (2,85) que mesmo assim ficou acima dos 2,50 e pode ser considerada como uma imagem tendendo ao positivo e o item com menor média foi o de probabilidade de corrupção (1,32) que, conforme já mencionado, era a única informação negativa e, desta forma, os respondentes consideram que há pouca corrupção na instituição.

Comparando-se estes resultados com os de Zouain, Ross e Cruz (2008) se observa que naquele estudo também foi identificada que a imagem da polícia militar do Rio de Janeiro tendia a ser positiva em relação a dois itens: respeito e eficiência. 50% dos entrevistados consideraram que a polícia trata a população com respeito, 50,5% consideraram a polícia com algum grau de eficiência (médio ou muita). Porém naquele estudo a imagem da polícia nos itens preconceito, corrupção e violência é percebida como péssima (79% dos entrevistados a consideraram preconceituosa e 90% corrupta e violenta). E a avaliação geral da polícia militar foi de 5,5 (numa escala de 0 a 10).

Porém, os mesmos autores identificaram que a avaliação da PRF foi a segunda melhor, perdendo apenas para a Polícia Federal (polícia militar - 5,5; polícia civil - 5,9; polícia federal - 6,5; polícia rodoviária federal - 6,2; guarda municipal - 5,6).

A avaliação geral da PRF foi de 3,66, neste estudo (com escala de 1 a 5). Desta forma, equiparando-se as escalas, a PRF no interior do Rio Grande do Sul é avaliada com nota 7,32 e, desta forma, a avaliação é superior a da PRF do Rio de Janeiro (nota = 6,20)

Os próximos resultados visam responder a um dos objetivos do trabalho que era o de identificar como o perfil dos respondentes e a utilização (positiva ou negativa) dos serviços da PRF afetariam a percepção da Imagem da PRF.

A primeira variável que foi cruzada com os fatores de mensuração da imagem foi o **gênero**. Através da análise estatística realizada com o teste T, observou-se que o gênero influencia de forma significativa na probabilidade de corrupção, comportamento solícito e atendimento rápido. Os resultados apontam, conforme Tabela 2, que as mulheres (média 1,46) consideram que a PRF tem maior propensão a corrupção dos que os homens (média 1,24), o valor do teste T ($F = 24,244$) foi significativa ($p = 0,000$). Da mesma forma, as mulheres (média 4,06) consideram o comportamento dos agentes da PRF mais solícito do que os homens (média 3,58), com teste T de 14,372 e significância de 0,000. Por fim, os resultados apontam que há diferença estatística significativa ($F = 8,783$; $\text{sig.} = 0,003$) no itens

atendimento rápido. A média entre os homens (3,51) foi mais elevada do que a das mulheres (3,40).

Outra variável analisada através do teste T foi se o respondente possuía habilitação e verificou-se que tal variável afetou quatro dos sete itens analisados. No item probabilidade de corrupção os habilitados tiveram médias inferiores (média 1,25) a dos não habilitados (média 1,57); quanto à justiça na instituição, a média dos habilitados foi de 2,85 e a dos não habilitados de 2,89; no item avaliação geral o comportamento foi igual (média dos habilitados de 3,69 e a dos não habilitados de 3,52); por fim, a média com maior diferença foi no item atendimento rápido, no qual os habilitados deram valor de 3,56 e os não habilitados de 3,18. A Tabela 2 aponta que os habilitados têm uma imagem melhor da PRF do que os não habilitados. Esta afirmação é feita, pois nos quatro itens a média dos primeiros foi superior a dos segundos (lembrando que no item probabilidade de corrupção os valores devem ser analisados de forma inversa).

Tabela 2 – Percepções discrepantes – Teste T

		<i>Média</i>	<i>Desvio-padrão</i>	<i>F</i>	<i>Si g.</i>
Gênero					
Probabilidade de corrupção	Masculino	1,24	0,5376		
	Feminino	1,4580	0,65936	24,244	0,000
Comportamento Solícito	Masculino	3,57	1,5364		
	Feminino	4,0588	1,15606	14,372	0,000
Atendimento rápido	Masculino	3,51	0,5009		
	Feminino	3,4031	0,49243	8,783	0,003
Possui Habilitação					
Probabilidade de corrupção	Sim	1,2491	0,52970		
	Não	1,5663	0,71896	32,543	0,000
Justiça na instituição	Sim	2,8456	0,79436		
	Não	2,8916	1,02424	5,648	0,018
Avaliação geral	Sim	3,6937	0,67345		

	Não	3,52 44	0,8348 2	6, 120	0, 014
Atendimento rápido	Sim	3,55 63	0,4976 9		
	Não	3,18 29	0,3889 9	1 50,926	0, 000
Recebeu Autuação					
Probabilidade de corrupção	Sim	1,25 29	0,5107 8		
	Não	1,32 93	0,5990 4	4, 630	0, 032
Eficiência	Sim	3,41 54	0,9502 0		
	Não	3,98 08	0,7371 0	1 4,110	0, 000
Atendimento rápido	Sim	3,75 86	0,4304 0		
	Não	3,39 68	0,4902 1	4 0,369	0, 000
Qualidade do serviço	Sim	3,31 50	1,5137 0		
	Não	3,77 61	1,2531 3	1 1,438	0, 001
Recebeu Atendimento					
Probabilidade de corrupção	Sim	1,26 16	0,5473 3		
	Não	1,38 10	0,6298 1	1 0,577	0, 001
Justiça na instituição	Sim	2,91 23	0,7423 5		
	Não	2,81 35	0,9389 8	1 1,493	0, 001

No cruzamento entre os itens de mensuração da imagem e o recebimento de autuação (prestação de serviço negativo), os resultados apontaram diferenças nos seguintes aspectos (Tabela 2): os não atuados consideram a eficiência da PRF superior (média 3,98) do que os atuados (3,42); os não atuados consideram o atendimento da PRF mais lento (média 3,40) do que os atuados (3,76); e os não atuados classificaram a qualidade do serviço da PRF como sendo melhor (média 3,78) do que os atuados (3,31). Porém, o resultado que merece destaque é o fato de que os respondentes que receberam autuações, nos últimos cinco anos, consideram que a instituição tem menor probabilidade de corrupção (média 1,25) do que àqueles respondentes que não foram atuados (média 1,33).

Por fim, verificou-se que as pessoas que receberam atendimento da PRF têm uma visão um pouco superior da imagem da instituição. Dois itens obtiveram médias estatisticamente significativas (Tabela 2): justiça na instituição, no qual os atendidos atribuíram média 2,91 e os não atendidos média 2,81 ($F = 11,493$, sig. = 0,001); e probabilidade de corrupção (média dos atendidos de 1,26 e dos não atendidos de 1,38).

Tabela 3 – Percepções discrepantes – Teste ANOVA

		<i>Méd ia</i>	<i>Desvio- padrão</i>	<i>F</i>	<i>Si g.</i>
Idade					
Eficiência	Até 21	3,52	0,7702		
	De 22 a	3,47	1,1099		
	30 anos	73	7		
	De 31 a	3,95	0,7853		
	Mais de 40 anos	3,93 44	0,7040 1	3, 861	0,0 11
Avaliação geral	Até 21	3,46	0,7854		
	De 22 a	3,47	0,7293		
	30 anos	22	4		
	De 31 a	3,75	0,7310		
	40 anos	00	8		
	Mais de 40 anos	3,85 09	0,5834 4	7, 421	0,0 00
Categoria da Habilitação					
Avaliação geral	A	3,50 00	0,6382 8		
	B	3,62 50	0,6873 4		
	C	3,89 47	0,6578 4		
	D	3,65 22	0,5727 7		
	AB	4,22 22	0,6666 7		
	E	3,72 31	0,6733 2	2, 098	0,0 36
Tempo de Habilitação					
Eficiência	Menos	3,64	0,9511		
	5 anos	29	9		
	De 5 a	3,56	1,0721		
	10 anos	00	0		

	Mais de 10 anos	3,94 67	0,6757 0	3, 270	0,0 41
Avaliação geral	Menos 5 anos	3,43 64	0,7394 6		
	De 5 a 10 anos	3,57 89	0,7082 9		
	Mais de 10 anos	3,87 69	0,5708 1	1 0,794	0,0 00

Para verificar a influência da idade na percepção dos entrevistados, foram realizados cruzamentos e teste estatístico ANOVA e houve dois itens com diferenças significativas nas médias. As pessoas na faixa etária entre 22 e 30 anos, avaliaram a eficiência da PRF de forma um pouco inferior (média de 3,48) do que as outras faixas etárias, principalmente a faixa de 31 a 40 anos, onde a média foi a mais elevada (3,95). Esta variável do perfil dos respondentes também afetou a avaliação geral e, neste quesito, houve um padrão bem definido, quanto maior a idade dos respondentes, maior a média atribuída, desta forma a menor média (3,46) foi na faixa até 21 anos e a maior (3,85) na faixa com mais de 40 anos (Tabela 3).

Cruzando as variáveis de mensuração da imagem com a categoria da habilitação encontrou-se a maior média entre os que possuem carteira AB (média 4,22) e menor média entre os que possuem carteira A, ou seja, a menor avaliação deste item foi feita pelos motoristas de motocicletas. Esta diferença é estatisticamente significativa já que o valor do teste ANOVA (Tabela 3), foi de 2,098, com significância de 0,036.

Para encerrar as análises da influência do perfil do entrevistado na percepção da imagem da PRF, cruzou-se a variável tempo de habilitação com os fatores da imagem propostos neste estudo. A Tabela 3 apresenta os dados que comprovaram diferenças significativas de médias nos fatores eficiência e avaliação geral. No primeiro item, a maior média atribuída foi das pessoas que dirigem a mais de 10 anos (média 3,95) e a menor média entre as pessoas que dirigem de 5 a 10 anos (3,56). Já no fator imagem geral, foi possível identificar um padrão em relação ao tempo de habilitação e a avaliação geral. A menor média foi entre os habilitados a menos de 5 anos (média 3,44) e a maior entre os habilitados a mais de 10 anos (média 3,88). Desta forma, os resultados do teste ANOVA com valor de 10,794 e significância de 0,000 permitem afirmar que quanto maior o tempo que a pessoa possui habilitação, maior a nota atribuída a avaliação geral da PRF.

A Figura 4 apresenta um resumo da intervenção que as variáveis mencionadas causam na imagem da PRF. Como se pode observar, nenhuma das variáveis teve influência sobre o respeito que os membros da PRF tratam a população. Os próximos itens que

obtiveram menor intervenção foram: comportamento solícito, afetado apenas pelo gênero; qualidade do serviço, afetado apenas pela autuação. Em quarto lugar aparecem os itens rapidez no atendimento (afetado pelas variáveis: gênero, habilitação e autuação) e eficiência (afetado por: autuação, idade e tempo de habilitação). Os itens que sofreram mais influências das variáveis sócio demográficas foram: probabilidade de corrupção (influenciado por: gênero, habilitação, autuação e atendimento) e avaliação geral (afetado por: habilitação, idade, categoria e tempo de habilitação).

Eficiência	• Autuação; idade; tempo habilitação
Solícito	• Gênero
Avaliação Geral	• Habilitação; idade; categoria; tempo
Qualidade	• Autuação
Rapidez	• Gênero; habilitação; autuação
Respeito	
Justiça	• Habilitação; atendimento
Corrupção	• Gênero; habilitação; autuação; atendimento

Figura 4 – As variáveis da imagem da PRF com distorções de percepção

Fonte: Elaborado pelos autores

6. CONCLUSÕES

Visando transpor uma teoria comumente empregada em empresas de fins lucrativos para uma organização governamental, este estudo buscou mensurar a imagem que a população de uma cidade no interior do Rio Grande do Sul tem da PRF. Pela escassez de estudos sobre o tema, utilizaram-se estudos internacionais para a seleção dos itens a serem avaliados e, desta forma, chegou-se a nove variáveis: eficiência demonstrada pela instituição, comportamento solícito dos membros da instituição, qualidade dos serviços prestados pela instituição, rapidez no atendimento prestado pela instituição, respeito no tratamento fornecido pelos membros da instituição, confiança na instituição, justiça demonstrada pela instituição e por seus membros, probabilidade de corrupção na instituição e avaliação geral da instituição.

Observa-se que estas variáveis acabam englobando aspectos relacionados à imagem e também aos serviços prestados, porém, observou-se que este é um aspecto comum em estudos sobre imagem organizacional, pois conforme argumenta Cavalcanti (2008), quando se trata de organizações prestadoras de serviços torna-se praticamente impossível dissociar estes dois aspectos.

O problema proposto neste estudo foi: “Qual a imagem que a população de uma cidade de médio porte, no interior do Rio Grande do Sul, tem da Polícia Rodoviária Federal?”

e a resposta obtida ao final da pesquisa empírica é a de que a imagem da PRF é de média para boa.

Para embasar melhor esta resposta retomam-se os objetivos do estudo. O primeiro deles foi mensurar a imagem da Polícia Rodoviária Federal e, para tanto, nove quesitos foram avaliados. Utilizando-se uma escala de 1 a 5, as médias obtidas variaram de 2,85 (justiça na instituição até 3,76 (eficiência do atendimento prestado), destacando-se ainda o fato de que os respondentes consideram muito baixa a possibilidade de haver corrupção na PRF (média de 1,32). Estes resultados forneceram o suporte necessário para responder ao problema de pesquisa.

Como segundo objetivo, este estudo procurou identificar a influência do perfil dos entrevistados na percepção da imagem da PRF, para tanto, as variáveis gênero, idade, possuir habilitação, tipo de habilitação e tempo habilitado foram cruzadas com os nove itens de mensuração da imagem. E, conforme se observa na Figura 5, as variáveis que mais influenciaram a percepção foram: gênero e ter habilitação (3 itens), idade e tempo de habilitação (2 itens) e tipo de habilitação (1 item).

Gênero	• Corrupção, comportamento solícito e rapidez
Idade	• Eficiência e avaliação geral
Habilitado	• Corrupção, justiça, rapidez, avaliação geral
Tempo de Habilitação	• Eficiência e avaliação geral
Tipo de Habilitação	• Avaliação geral

Figura 5 – Influência do perfil dos respondentes na percepção da imagem da PRF

Fonte: Elaborado pelos autores

Por fim, o terceiro objetivo do estudo foi o de verificar a influência de atendimentos anteriores na percepção desta imagem e, para tanto, utilizou-se um atendimento tido como negativo (autuação) e um positivo (serviço prestado). A Figura 6 demonstra que ocorreram divergências em quatro itens (corrupção, eficiência, rapidez e qualidade) entre os respondentes que receberam e que não receberam autuação e houve duas divergências entre os respondentes que receberam ou não atendimento (corrupção e justiça).

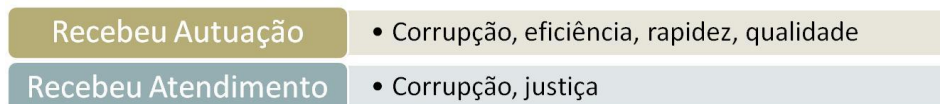


Figura 6 – Influência de atendimentos anteriores na percepção da imagem da PRF

Fonte: Elaborado pelos autores

Dessa forma, conclui-se que de todas as variáveis que poderiam interferir na percepção da imagem da PRF, a que obteve mais resultados significativos foi o recebimento de autuação (interferiu em quatro itens) e a que menos interferiu foi o tipo de habilitação (interferiu em apenas um item).

Ressalta-se, contudo, que este estudo foi exploratório no sentido de tentar identificar e comprovar as relações proposta. Porém, novos estudos necessitam ser realizados, em outras localidades, com outros itens de mensuração para que se entenda melhor o fenômeno da criação de imagem organizacional, principalmente em instituição governamentais.

7. REFERÊNCIAS

- ARPAN, L.; RANEY, A.; ZIVNUSKA, S. A cognitive approach to understanding university image. **Corporate Communication International Journal**, v.8, n.2, p.97-113, 2003.
- BORGES-ANDRADE, J. E.; PILATI, R. Validação de uma medida de percepção de imagens organizacionais. **Revista de Administração Contemporânea**, v.4, n.1, p.113-134, 2000.
- BRANDL, S. G.; FRANK, J.; WORDEN, R. E.; BYNUM, T. S. Global and specific attitudes toward the police: disentangling the relationship. **Justice Quarterly**, v.11, p.119-134, 1994.
- BRITO, M. J.; BRITO, V. G. Socialização organizacional: a iniciação na cultura militar. **Revista Brasileira de Administração Pública**, v. 30, p. 138-165, 1996.
- CARTER, D. Hispanic perception of police performance: An empirical assessment. **Journal of Criminal Justice**, v.13, p.487-500, 1985.
- CAVALCANTI, G. G. Imagem e Qualidade Percebida: A Perspectiva Dramatúrgica do Marketing de Serviços. In: III ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD – EMA, **Anais...** Curitiba, 2008.
- CHESNAIS, J. C. A violência no Brasil: Causas e recomendações políticas para a sua prevenção. **Revista Ciência & Saúde Coletiva**, v.4, n.1, p.53-69, 1999.
- CHRISTENSEN, C. H.; ROCHA, A. A imagem de institutos de pesquisa geradores de tecnologia de alimentos. **Revista de Administração**, v.24, n.4, p.21-35, 1989.
- CORREIA, M. E.; REISIG, M. D.; LOVRICH, N. P. Public perceptions of state police: An analysis of individual-level and contextual variables. **Journal of Criminal Justice**, v.24, p.17-28, 1996.

DECKER, S. Citizen attitudes toward the police. **Journal of Police Science and Administration**, v.9, p.80-87, 1981.

DENHARDT, R. Trust as capacity: the role of integrity and responsiveness. **Public Organization Review**, v. 2, p.65–76, 2002.

DESAY, U.; HAMMAN, J. Images and reality in local government personnel practices: investigating the “quiet crisis” among Illinois city officials. **Public Administration Review**, v.54, p.391-397, 1994.

DE TONI, D. **Administração da imagem de produtos: desenvolvendo um instrumento para a configuração da imagem de produto**. Porto Alegre, RS. Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, 2005.

DUARTE, P.; ALVES, H.; RAPOSO, M. Understanding university image: a structural equation model approach. **International Review of Public Nonprofit Mark**, v.7, p.21-36, 2010.

FALCONE, D.; WELLS, L. The county sheriff as a distinctive policing modality. **American Journal of Police**, v.14, p.123-149, 1995.

FARD, H.; ROSTAMY, A. Promoting Public Trust in Public Organizations: Explaining the Role of Public Accountability. **Public Organization Review**, v.7, p.331-344, 2007.

GARCÍA, S. Modelling university image: the teaching staff viewpoint. **Public Relations Review**, v.35, n.3, p.325–327, 2009.

GROHMANN, M.; ALVARENGA, A. ; VENTURINI, J. Imagem organizacional: diferenças de percepções entre o público interno (funcionários/professores e alunos) de uma instituição de ensino superior. **BASE**, v.4, n.3, p.213-222, 2007.

JESILOW, P.; MEYER, J.; NAMAZZI, N. Public attitudes toward the police. **American Journal of Police**, v.2, p.67-88, 1995.

JULL, D. The image of the public administrator: an mp's perspective. **Australian Journal of Public Administration**, v.40, n.3, p. 223-227, 1981.

IVY, J. Higher education institution image: a correspondence analysis approach. **International Journal of Educational Management**, v.15, n.6, p.276–282, 2001.

KAHN, T. Segurança pública e trabalho policial no Brasil. Centre for Brazilian Studies. University of Oxford, working paper 51. **Conference ‘Promoting human rights through good governance in brazil’**, University of Oxford, 2003

LUQUE-MARTÍNEZ, T.; BARRIO-NEVES, R. **Comunicação empresarial integrada: como gerenciar imagem, questões públicas, comunicação simbólica e crises empresariais**. Rio de Janeiro, Mauad, 2009.

NGUYEN, N.; LEBLANC, G. Image and reputation of higher education institutions in students’ retention decisions. **International Journal of Education Management**, v.15, n.6, p.303-311, 2001.

- PAGE, B. Public service images: results of a survey of student attitudes. **Australian Journal of Public Administration**, v.47, n.2, p. 203-205, 1988.
- RAMOS, S.; MUSUMECI, L. Elemento suspeito: Abordagem policial e discriminação na cidade do Rio de Janeiro. **Coleção Segurança e Cidadania**, v.2, 2005.
- REISIG, M. D; CORREIA, M. E. Public evaluations of police performance: An analysis across three levels of policing. **Policing: An International Journal of Police Strategies and Management**, v.20, p.311-325, 1996.
- ROSA, M. **A Síndrome de Aquiles**: como lidar com as crises de imagem. São Paulo, Editora Gente, 2001.
- SUNG, M.; YANG, S. Toward the model of university image: the influence of brand personality, external prestige, and reputation. **Journal of Public Relation**, v.20, n.4, p.357-376, 2008.
- VALÉRIO, D. M.; PIZZINATTO, N. K. Análise da imagem organizacional de universidades por meio da matriz familiaridade-favorabilidade. **Revista de Administração Mackenzie**, v.4, n.1, p.25-37, 2003.
- WORRALL, J. Public perceptions of police efficacy and image: the "fuzziness" of support for the police. **American Journal of Criminal Justice**, v. 24, n.1, p.47-66, 1999.
- YANG, K. Examining perceived honest performance reporting by public organizations: bureaucratic politics and organizational practice. **Journal of Public Administration Research and Theory**, v.19, p.81-105, 2008.
- YUGO, J.; REEVE, C. Understanding students' university educational image and its role in college choice. **Psychological Chicago Journal for Undergraduate Research in Psychology**, v.12, n.1, p.9-17, 2007.
- ZAMBLE, E.; ANNESLEY, P. Some determinants of public attitudes toward the police. **Journal of Police Science and Administration**, v.15, p.285-290, 1987.
- ZEVITZ, R. G; RETTAMMEL, R. J. Elderly attitudes about police service. **American Journal of Police**, v.9, p.25-39, 1990.
- ZOUAIN, D.; ROSS, S.; CRUZ, B. A Imagem da Polícia Militar na Cidade do Rio de Janeiro. In: XXXII Encontro da ANPAD – ENANPAD, **Anais...** Rio de Janeiro, 2008.