REVISTA TÓPICOS
ISSN 2965-6672 | Qualis A2

SEGURANÇA PERCEBIDA, MÍDIA E COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL: ANGOLA COMO ESTUDO DE CASO PARA A CONSTRUÇÃO INTERNACIONAL DA CONFIANÇA

PERCEIVED SECURITY, MEDIA AND INSTITUTIONAL COMMUNICATION: ANGOLA AS A CASE STUDY FOR THE INTERNATIONAL CONSTRUCTION OF TRUST

Ciências Sociais Aplicadas • 08/04/2026

REGISTRO DOI: 10.70773/revistatopicos/775602320

Daniel Cruz

RESUMO

Este artigo defende que a percepção de segurança é tão estratégica quanto a segurança objetiva na formulação, na implementação e na legitimação de políticas públicas contemporâneas. Em ambientes marcados por circulação contínua de notícias, hiperexposição a episódios violentos, plataformas digitais e disputa permanente por atenção pública, a segurança deixa de ser percebida apenas como resultado de indicadores criminais e passa a ser vivida como experiência simbólica, comunicacional e institucional. O texto parte da literatura recente sobre medo do crime, confiança institucional, governança pública e comunicação governamental para demonstrar que o modo como o Estado informa, responde, explica e se posiciona influencia diretamente a sensação social de ordem, previsibilidade e proteção. Em seguida, toma Angola como estudo de caso de um país que, ao mesmo tempo em que busca diversificar sua economia, ampliar sua presença internacional e projetar-se como destino turístico e parceiro confiável, precisa consolidar sua imagem institucional e fortalecer a percepção de segurança perante cidadãos, investidores, turistas e organizações internacionais. A análise mostra que o país vem buscando reposicionamento externo por meio de iniciativas de abertura ao turismo, diplomacia econômica e promoção internacional, mas ainda convive com desafios ligados à confiança pública, à transparência, à governança e à comunicação institucional. O argumento central é que políticas públicas de segurança eficazes não podem se limitar a policiamento, repressão e estatísticas; precisam integrar, de forma planejada, inteligência comunicacional, transparência ativa, gestão reputacional e estratégias de confiança pública. Ao final, propõem-se diretrizes para uma política pública que articule segurança real, segurança percebida e comunicação institucional, com especial atenção ao caso angolano. O estudo adota abordagem qualitativa,

exploratória e analítico-interpretativa, amparada por revisão bibliográfica predominantemente recente, análise documental e diálogo com debates contemporâneos sobre medo do crime, confiança institucional, governança pública e comunicação governamental. A hipótese sustentada é a de que, em sociedades profundamente mediadas por fluxos comunicacionais, a percepção de segurança funciona como ativo público estratégico: ela condiciona a relação entre cidadãos e Estado, afeta decisões econômicas e turísticas e influencia a própria reputação internacional de uma nação. Ao eleger Angola como estudo de caso, o artigo demonstra que o desafio não reside apenas em ampliar capacidades materiais ou divulgar atributos positivos do país, mas em construir coerência entre reformas internas, transparência institucional, estabilidade narrativa e comunicação pública confiável. Conclui-se que a política pública contemporânea, especialmente em contextos de reposicionamento internacional, precisa integrar segurança real, segurança percebida e inteligência comunicacional como dimensões indissociáveis.

Palavras-chave: segurança pública; percepção de segurança; comunicação institucional; mídia; Angola; confiança pública; reputação internacional.

ABSTRACT

This article argues that the perception of security is as strategic as objective security in the formulation, implementation, and legitimation of contemporary public policies. In environments marked by the continuous circulation of news, hyper-exposure to violent episodes, digital platforms, and a permanent struggle for public attention, security ceases to be perceived solely as a result of crime indicators and begins to be experienced as a symbolic, communicational, and institutional experience. The text draws on

recent literature on fear of crime, institutional trust, public governance, and government communication to demonstrate that the way the State informs, responds, explains, and positions itself directly influences the social feeling of order, predictability, and protection. It then takes Angola as a case study of a country that, while seeking to diversify its economy, expand its international presence, and project itself as a tourist destination and reliable partner, needs to consolidate its institutional image and strengthen the perception of security among citizens, investors, tourists, and international organizations. The analysis shows that the country has been seeking external repositioning through initiatives to open up to tourism, economic diplomacy, and international promotion, but still faces challenges related to public trust, transparency, governance, and institutional communication. The central argument is that effective public security policies cannot be limited to policing, repression, and statistics; they need to integrate, in a planned way, communication intelligence, active transparency, reputational management, and public trust strategies. Finally, guidelines are proposed for a public policy that articulates real security, perceived security, and institutional communication, with special attention to the Angolan case. The study adopts a qualitative, exploratory, and analytical-interpretative approach, supported by a predominantly recent bibliographic review, document analysis, and dialogue with contemporary debates on fear of crime, institutional trust, public governance, and government communication. The hypothesis is that, in societies deeply mediated by communication flows, the perception of security functions as a strategic public asset: it conditions the relationship between citizens and the State, affects economic and tourism decisions, and influences a nation's international reputation. By choosing Angola as a case study, the article demonstrates that the challenge lies not only in expanding

material capabilities or publicizing the country's positive attributes, but also in building coherence between internal reforms, institutional transparency, narrative stability, and reliable public communication. It concludes that contemporary public policy, especially in contexts of international repositioning, needs to integrate real security, perceived security, and communication intelligence as inseparable dimensions.
Keywords: public security; security perception; institutional communication; media; Angola; public trust; international reputation.

1. INTRODUÇÃO

A segurança pública é uma das áreas em que a distância entre o dado técnico e a experiência social aparece com mais força. Um governo pode apresentar queda em determinados crimes patrimoniais, aumento de prisões, maior presença policial e até avanços em integração institucional; ainda assim, a população pode continuar se sentindo exposta, vulnerável e desconfiada. Isso ocorre porque a segurança não é vivida apenas como estatística. Ela é sentida na rua, no transporte, na escola, no ambiente digital, no noticiário da noite e nas conversas de família. Ela é atravessada por medo, memória, rumor, repetição imagética, boatos, discursos políticos e capacidade — ou incapacidade — do Estado de explicar o que está acontecendo e por que suas respostas merecem confiança.

Nas últimas décadas, a literatura sobre medo do crime amadureceu justamente para mostrar que a insegurança não se resume à vitimização direta. O medo é influenciado por fatores emocionais, cognitivos, territoriais, midiáticos e institucionais. No Brasil, pesquisas recentes destacam tanto a complexidade conceitual do

“medo do crime” quanto o papel da mídia e da exposição informacional na formação desse sentimento (Natal, 2021; Costa, Lima e Oliveira Júnior, 2022; Soares et al., 2024). Em paralelo, estudos sobre governança da segurança insistem que regimes democráticos sólidos dependem não apenas de capacidade coercitiva, mas de legitimidade, coordenação, confiança e prestação de contas (Pazinato et al., 2024; Alcadipani, 2024). (NATAL, 2021; SOARES et al., 2024).

Essa combinação de fatores é ainda mais relevante em uma era de comunicação em rede. Hoje, acontecimentos locais podem ganhar escala nacional ou internacional em poucos minutos; imagens de violência circulam descontextualizadas; narrativas simplificadas competem com diagnósticos técnicos; e plataformas amplificam emoções negativas porque medo, choque e indignação geram engajamento. Nesse ambiente, a percepção de segurança passa a ser disputada não apenas por forças policiais ou autoridades públicas, mas também por jornalistas, influenciadores, opositores, aliados, cidadãos comuns, algoritmos e comunidades digitais. A política de segurança, portanto, já não pode ser pensada sem uma política de comunicação. (CARDOSO; MAGALHÃES, 2023; NATAL, 2021).

É nessa chave que Angola se torna um caso especialmente relevante. O país reúne atributos que fazem dele um laboratório interessante para esse debate. De um lado, tem potencial econômico, riqueza natural, localização estratégica, patrimônio cultural e ambição de ampliar sua presença internacional. De outro, ainda convive com fragilidades institucionais, déficits de confiança, desafios de transparência e a necessidade de consolidar perante o mundo uma imagem de estabilidade, previsibilidade e segurança.

Nos últimos anos, o Estado angolano tem se movimentado para reposicionar sua imagem, atrair investidores, facilitar a entrada de turistas, sediar eventos relevantes e projetar a marca do país em vitrines globais. A própria estratégia oficial apoiada pelo PNUD inclui, entre as prioridades nacionais, promover a imagem e o papel de Angola no contexto regional e internacional (UNDP, 2025). (SILVA et al., 2024; BALAN, 2025).

Em 2024 e 2025, esse movimento ganhou sinais visíveis: a ampliação da isenção de visto turístico para cidadãos de 98 países, a inauguração do novo aeroporto internacional promovida como peça de modernização, a realização em Luanda da 2ª Conferência Ministerial ONU Turismo/ICAO sobre Turismo e Transporte Aéreo na África e a escolha de Angola como país anfitrião da ITB Berlin 2026, uma das mais importantes vitrines globais do setor de turismo (UN Tourism, 2024; ICAO, 2025; ITB Berlin, 2025). Esses gestos comunicam ambição internacional. No entanto, projeção externa sustentável exige mais do que campanha. Ela depende de coerência entre narrativa, governança, confiança institucional, transparência e percepção de segurança. (WORLD BANK, 2025; AFROBAROMETER, 2025a).[1]

O objetivo deste artigo é, portanto, duplo. Em primeiro lugar, discutir por que a percepção de segurança deve ser tratada como variável central — e não acessória — das políticas públicas de segurança. Em segundo, examinar Angola como estudo de caso de um país que precisa alinhar segurança real, imagem institucional e comunicação estratégica para consolidar reputação internacional. O argumento central é simples, mas exigente: sem confiança, não há política de segurança plenamente legítima; sem comunicação qualificada, não há confiança sustentável; e sem reputação institucional

minimamente consistente, não há conversão estável de potencial em investimento, turismo e cooperação. (UN TOURISM, 2024; ITB BERLIN, 2025).

2. NOTA METODOLÓGICA

Do ponto de vista metodológico, este artigo adota abordagem qualitativa, exploratória e analítico-interpretativa, baseada em revisão bibliográfica recente e análise documental de relatórios institucionais e multilaterais. A estratégia foi deliberadamente interdisciplinar, reunindo literatura de segurança pública, comunicação governamental, confiança institucional, reputação internacional e governança. A opção por esse desenho decorre do próprio objeto: a percepção de segurança não pode ser adequadamente compreendida a partir de um único campo disciplinar, porque envolve ao mesmo tempo emoções sociais, mediações informacionais, ação estatal e efeitos reputacionais.

No plano bibliográfico, privilegiaram-se trabalhos publicados de 2020 em diante, em consonância com o objetivo de construir um artigo ancorado em referências atuais. Foram especialmente relevantes estudos recentes sobre medo do crime, comunicação pública e governança da segurança, além de pesquisas africanas sobre confiança institucional e exposição midiática. No plano documental, recorreu-se a materiais do Banco Mundial, do Fundo Monetário Internacional, do Banco Africano de Desenvolvimento, do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, da EITI, da ONU Turismo, da ICAO e do Afrobarometer, por reunirem dados recentes e leituras institucionais relevantes sobre a trajetória angolana. (GIL, 2021; SILVA et al., 2024).

O uso de Angola como estudo de caso não pretende esgotar a complexidade do país nem reduzir sua trajetória a um diagnóstico único. O que se propõe é utilizar o caso angolano como lente para observar uma questão mais ampla: como países que buscam reposicionamento internacional dependem de convergência entre segurança objetiva, confiança pública e comunicação institucional. O estudo de caso, aqui, funciona menos como descrição exaustiva e mais como dispositivo analítico capaz de tornar visível a articulação entre desenvolvimento, reputação e percepção de segurança. (CARDOSO; MAGALHÃES, 2023; SILVA et al., 2024; SOARES et al., 2024).

Como limitação, é importante reconhecer que este texto não trabalha com survey próprio nem com análise quantitativa original de cobertura midiática. Sua contribuição está na síntese crítica de literatura e documentos recentes, combinada a uma interpretação de políticas públicas orientada pela centralidade da comunicação. Justamente por isso, o artigo pretende abrir agenda para pesquisas futuras mais empíricas, inclusive com análise de imprensa internacional sobre Angola, entrevistas com gestores públicos e monitoramento de percepção de turistas, investidores e cidadãos. (AFROBAROMETER, 2025a; WORLD BANK, 2025).[2]

3. SEGURANÇA REAL, SEGURANÇA PERCEBIDA E CONFIANÇA INSTITUCIONAL

A literatura contemporânea tem mostrado que segurança objetiva e segurança percebida não são conceitos concorrentes, mas dimensões complementares de uma mesma realidade pública. A primeira costuma ser mensurada por indicadores formais: taxas de homicídio, roubos, letalidade, resolução de crimes, tempo de

resposta, efetivo policial, apreensões e assim por diante. A segunda se refere à forma como indivíduos e coletividades percebem risco, previsibilidade, ordem, proteção e capacidade estatal. Quando alguém deixa de circular à noite, muda o trajeto diário, evita determinado bairro, reduz atividades de lazer ou passa a desconfiar estruturalmente das instituições, essa pessoa está respondendo não apenas à criminalidade registrada, mas à segurança percebida em seu ambiente social.

Esse ponto é decisivo porque o Estado moderno governa por mais de um canal. Ele governa por presença material, mas também por expectativa pública. Em segurança, isso significa que a autoridade estatal depende da combinação entre capacidade operacional e reconhecimento social. Onde a população não acredita que as instituições conseguem prevenir, investigar, informar ou reparar, instala-se uma espécie de insegurança ampliada: não apenas medo do crime, mas medo do abandono. Estudos recentes sobre legitimidade democrática na América Latina mostram que vitimização, medo do crime e confiança nas instituições se cruzam de forma intensa, afetando adesão cívica e avaliação do regime democrático (Cardoso e Magalhães, 2023). (NATAL, 2021; SOARES et al., 2024).

Natal (2021), ao discutir os desafios de conceituação e mensuração do medo do crime, ajuda a afastar simplificações recorrentes. O medo não é uma variável única nem um reflexo automático da incidência criminal. Ele pode conter componente emocional, avaliação de probabilidade, percepção de vulnerabilidade, leitura moral do entorno e memória de eventos violentos. Soares et al. (2024) reforçam essa visão ao propor uma “gradiente analítica” do fear of crime, destacando que a experiência do medo combina

dimensões cognitivas e emocionais. Em outras palavras, não se trata apenas do que aconteceu, mas de como o sujeito imagina que pode acontecer, com que frequência, com que gravidade e com que apoio institucional para enfrentar o problema. (BOURAÏMA; SAMBOU; FAYE, 2025; PAZINATO; ROCHA; COSTA, 2024).

A percepção de segurança, por isso, deve ser compreendida como bem público relacional. Ela não nasce somente da ação policial; nasce também da qualidade do espaço urbano, da presença de serviços, da iluminação, da ordem regulatória, da integridade institucional, da previsibilidade administrativa e da existência de canais confiáveis de informação. Em sociedades marcadas por desigualdade, fragmentação territorial e baixa confiança, a percepção de segurança tende a ser mais frágil, mesmo quando há progressos setoriais. A política pública precisa, então, considerar a sensação social de proteção como um de seus resultados esperados, e não apenas como efeito colateral.

É nesse ponto que confiança institucional entra como variável crítica. Bouraïma, Sambou e Faye (2025), em estudo sobre 35 países africanos com dados do Afrobarometer, mostram que a confiança institucional guarda relação negativa com exposição midiática quando as instituições são amplamente percebidas como pouco eficazes; ao mesmo tempo, a qualidade da governança melhora os níveis de confiança. A lição é relevante: comunicar mais, por si só, não resolve. Em contextos de baixa legitimidade, a exposição intensa pode até aprofundar desconfiança se o conteúdo disponível reforçar imagens de ineficiência, corrupção ou captura. Isso vale tanto para o debate doméstico quanto para a reputação externa de um país. (PAZINATO; ROCHA; COSTA, 2024; NATAL, 2021).

Segurança percebida, portanto, é uma síntese prática de múltiplos sinais sociais. Ela responde ao que o cidadão vê, ouve, recorda e espera das instituições. Quando o Estado reconhece essa complexidade, a política pública deixa de ser estritamente repressiva e passa a incorporar prevenção, urbanismo, serviços, comunicação, transparência e gestão de confiança. Quando ignora essa dimensão, corre o risco de produzir um paradoxo comum em democracias frágeis: melhorar parcialmente indicadores e, ainda assim, perder a batalha da legitimidade.

4. MÍDIA, PLATAFORMAS E DISSEMINAÇÃO DO MEDO

A mídia ocupa papel central nesse processo porque transforma fatos dispersos em agenda pública. Ela não inventa a violência, mas organiza a forma como a sociedade a enxerga. Ao selecionar episódios, decidir enquadramentos, repetir imagens, definir protagonistas e estabelecer urgências, o ecossistema midiático produz sentido público. Em segurança, isso tem efeitos profundos. Crimes violentos têm alto valor-notícia; casos excepcionais recebem enorme visibilidade; e situações localizadas podem ganhar escala simbólica desproporcional. O resultado é que a percepção social do risco frequentemente extrapola a experiência direta dos indivíduos.

No contexto brasileiro, Costa, Lima e Oliveira Júnior (2022) demonstram influência da mídia na percepção do medo do crime entre moradores do Distrito Federal, mostrando que a exposição a conteúdos violentos e a confiança nos meios de comunicação afetam a maneira como os cidadãos avaliam sua segurança. O achado dialoga com um padrão mais amplo: quando a violência circula em linguagem dramática, contínua e pouco contextualizada, o público tende a internalizar uma sensação de ameaça difusa. Não

é apenas o crime daquele bairro ou daquela cidade que importa; é o clima de insegurança generalizada que se instala. (COSTA; LIMA; OLIVEIRA JÚNIOR, 2022).

Esse fenômeno foi intensificado pelas plataformas digitais. Se o telejornal clássico já possuía poder de enquadramento, hoje as redes somam velocidade, fragmentação e recirculação. Vídeos curtos, prints, relatos emocionados, imagens de circuito interno, transmissões ao vivo e comentários em cascata criam uma atmosfera de presença permanente do risco. O fato não termina quando o evento acaba; ele permanece em loop. A violência vira repertório visual contínuo. Em muitos casos, perde-se a distinção entre informação, especulação, rumor e performance de indignação.

Além disso, algoritmos privilegiam conteúdo de alta excitação emocional. Medo, raiva, espanto e sensação de escândalo geram mais compartilhamento do que diagnósticos técnicos ou explicações institucionais longas. Isso cria uma assimetria estrutural: o conteúdo que mais rapidamente alcança grandes públicos costuma ser justamente o menos qualificado para produzir entendimento complexo. Se o poder público não entra nesse ambiente com capacidade de resposta rápida, linguagem clara e credibilidade acumulada, tende a reagir sempre tarde, quando a narrativa já foi ocupada por terceiros. (BALAN, 2025; SILVA et al., 2024).

Silva et al. (2024), em mapeamento sistemático da produção científica sobre comunicação governamental entre 2018 e 2022, mostram que a área tem ganhado importância justamente porque governos precisam comunicar políticas, serviços e crises em ambientes mais fragmentados e exigentes. A comunicação pública

deixou de ser vista apenas como divulgação e passou a ser compreendida como função de interesse coletivo, vinculada a transparência, accountability e mediação entre Estado e sociedade. Em temas sensíveis como segurança, essa mutação é ainda mais importante, porque silêncio, improviso e contradição custam caro. (BALAN, 2025).

Balan (2025), ao tratar do papel da política estatal de informação na resiliência democrática, argumenta que desinformação, propaganda e ataques informacionais enfraquecem instituições e segurança nacional, e que a resposta exige política informacional coordenada. Embora seu foco empírico esteja em outro contexto, a lição é aplicável a países em desenvolvimento: não basta ter políticas; é preciso ter capacidade estatal para narrá-las com transparência, consistência e credibilidade. Em matéria de segurança, a política de informação é parte da própria infraestrutura da ordem democrática.

Isso não significa defender propaganda oficial ou maquiar problemas. Ao contrário. A experiência mostra que a tentativa de esconder fragilidades produz efeito inverso. Quando a comunicação institucional parece triunfalista, genérica ou dissociada da vivência cotidiana, ela amplia cinismo. A boa comunicação pública não nega o problema; ela o enquadra com honestidade, oferece contexto, apresenta medidas concretas, reconhece limites e sinaliza responsabilidade. O objetivo não é convencer pela repetição, mas construir confiança pela coerência.

Em síntese, mídia e plataformas digitais participam ativamente da produção da segurança percebida. Elas podem aprofundar medo, alimentar pânico moral, simplificar diagnósticos e corroer legitimidade. Mas também podem ser parceiras de uma esfera

pública mais informada quando existe acesso a dados, prontidão institucional e compromisso com transparência. A questão, portanto, não é opor mídia e Estado, e sim reconhecer que, sem estratégia comunicacional, a política de segurança se torna vulnerável à lógica do ruído. (CEZAR; BARBOSA, 2018; SILVA et al., 2024).

5. COMUNICAÇÃO PÚBLICA COMO POLÍTICA DE ESTADO

Durante muito tempo, a comunicação governamental foi tratada como dimensão periférica da gestão pública, frequentemente confundida com publicidade institucional ou com promoção da autoridade de plantão. Essa leitura é insuficiente. Em governos democráticos, comunicar é prestar contas, reduzir assimetrias informacionais, orientar comportamentos coletivos, esclarecer procedimentos, organizar expectativas e produzir inteligibilidade sobre a ação estatal. Em áreas de alto risco simbólico, como saúde, defesa civil e segurança pública, comunicação é também gestão de crise.

A literatura recente aponta justamente para esse alargamento conceitual. Silva et al. (2024) observam que a comunicação governamental tem sido cada vez mais estudada como mecanismo de difusão de informação pública e de fortalecimento da cidadania. Em chave semelhante, discussões recentes sobre governança pública associam comunicação, confiança e democracia a novos modos de governar, nos quais hierarquia formal já não basta para garantir cooperação social. Em outras palavras, o Estado contemporâneo precisa explicar melhor porque governa em ambiente de maior vigilância social, maior ceticismo e maior velocidade informacional. (SILVA et al., 2024; CEZAR; BARBOSA, 2018).

No campo da segurança, essa exigência se amplifica. A comunicação institucional deve cumprir pelo menos cinco funções básicas. A primeira é informativa: dizer com clareza o que ocorreu, quais medidas foram adotadas, quais procedimentos estão em curso e quais canais oficiais devem ser utilizados. A segunda é interpretativa: oferecer contexto para que fatos não sejam lidos apenas como colapso generalizado. A terceira é coordenadora: alinhar falas entre governo, polícia, sistema de justiça, proteção civil e demais órgãos envolvidos. A quarta é preventiva: orientar comportamentos individuais e coletivos para reduzir risco e ampliar cooperação. A quinta é reputacional: sustentar, ao longo do tempo, a imagem de instituições capazes, responsáveis e previsíveis.

Quando essas funções falham, instala-se a desordem narrativa. Cada órgão fala por si, versões se contradizem, atores políticos exploram lacunas, veículos repercutem conflitos e a população conclui que ninguém está no comando. O impacto disso não é apenas simbólico. Crises de comunicação alteram comportamento social, afetam aderência a protocolos, alimentam boatos e comprometem confiança futura. A segurança percebida se deteriora não necessariamente porque o risco objetivo aumentou no mesmo ritmo, mas porque o cidadão passa a perceber o Estado como desarticulado. (SILVA et al., 2024).

Por isso, é mais adequado pensar comunicação pública como política de Estado, e não como acessório de governo. Isso vale de maneira especial para países que precisam disputar reputação internacional. A imagem externa de um país é construída por indicadores, cobertura jornalística, experiência de viajantes, relatórios multilaterais, avaliações de investidores e mensagens oficiais. Não existe marketing capaz de sustentar, por muito tempo,

uma promessa incompatível com a experiência efetiva. Mas também não existe reputação robusta se o país não for capaz de comunicar seus avanços, suas prioridades e sua arquitetura institucional.

Em contextos internacionais, a comunicação institucional ganha uma camada adicional. Ela deixa de falar apenas para cidadãos e passa a dialogar com embaixadas, organismos multilaterais, operadores de turismo, seguradoras, fundos de investimento, imprensa estrangeira e comunidades da diáspora. A forma como um país se apresenta nessas arenas influencia custo de capital, interesse turístico, intensidade de cooperação e volume de oportunidades. Países que conseguem alinhar narrativa, governança e previsibilidade transformam comunicação em ativo estratégico; países que falham nessa convergência veem sua imagem ser definida por terceiros. (BALAN, 2025; PAZINATO; ROCHA; COSTA, 2024).

Daí a importância de integrar assessoria de comunicação internacional, diplomacia pública, transparência e inteligência reputacional ao desenho de políticas públicas. A comunicação internacional não substitui reforma institucional, mas ajuda a traduzi-la. Também não se reduz a campanha de imagem; ela depende de capacidade permanente de produzir informação verificável, responder a crises, monitorar percepções e corrigir distorções. Em segurança, isso significa mostrar capacidade de prevenção e resposta, mas também comunicar com honestidade sobre desafios persistentes. Credibilidade nasce mais da consistência do que da grandiloquência. (UNDP, 2025; WORLD BANK, 2025).[4] [3]

6. ANGOLA COMO ESTUDO DE CASO: DESENVOLVIMENTO, REPUTAÇÃO E PERCEPÇÃO DE SEGURANÇA

Angola oferece um estudo de caso particularmente ilustrativo porque reúne, no mesmo movimento histórico, ambição de reposicionamento externo e necessidade de aprofundamento institucional interno. Após décadas marcadas por guerra civil, centralização política, forte dependência do petróleo e imagem internacional muitas vezes associada a corrupção, opacidade e desigualdade, o país passou a buscar um novo enquadramento: mais aberto ao investimento, mais relevante diplomaticamente e mais visível em agendas de turismo, infraestrutura e cooperação regional. Esse reposicionamento é real e merece registro. Mas ele também torna mais evidente a importância da percepção de segurança e da imagem institucional.

No plano econômico, Angola apresentou recuperação em 2024. O Banco Mundial registrou crescimento real do PIB de 4,4%, impulsionado pela recuperação do setor petrolífero e pelo dinamismo de segmentos não petrolíferos, especialmente mineração, comércio e agricultura (World Bank, 2025). Ainda assim, o mesmo relatório destaca fragilidades importantes: pobreza em torno de 31,1%, desigualdade elevada, inflação alta e perspectivas de crescimento moderado para os próximos anos. Ou seja, há avanço, mas ele convive com vulnerabilidades estruturais que influenciam a percepção de estabilidade econômica e social. (WORLD BANK, 2025; DUARTE LLEDÓ; MIGUEL, 2025).

No plano institucional, o quadro também é ambivalente. O FMI reconhece que Angola realizou progressos em governança e combate à corrupção desde 2018, sobretudo com novas legislações,

reformas administrativas e maior foco em transparência; contudo, afirma que o ímpeto reformista perdeu força depois de 2022 e que permanecem lacunas relevantes em indicadores de governança, autonomia institucional e capacidade técnica de implementação (Duarte Lledó e Miguel, 2025). O relatório é claro ao apontar que avanços legais não bastam se não vierem acompanhados de procedimentos mais transparentes, acessíveis e automatizados. (WORLD BANK, 2025).

A percepção social interna acompanha esse desafio. Resultados do Afrobarometer para Angola mostram que a pesquisa de 2024 ouviu 1.200 adultos em amostra nacionalmente representativa e oferece um retrato importante de atitudes públicas recentes (Afrobarometer, 2025a). Em um desdobramento temático, o Afrobarometer registrou que cresce o número de angolanos que percebem aumento da corrupção em instituições públicas, que a maioria considera insuficiente o desempenho governamental no combate ao problema e que muitos temem retaliação caso denunciem atos corruptos (Pacatolo, Boio e Sabino, 2024). A imagem institucional de um país começa dentro de casa: quando o cidadão hesita em confiar ou denunciar, o problema não é apenas jurídico; é reputacional e comunicacional. (DUARTE LLEDÓ; MIGUEL, 2025; EITI, 2025).

A avaliação de organismos internacionais converge em parte com esse diagnóstico. O relatório da African Development Bank sobre Angola observa que fraquezas institucionais persistentes prejudicam a confiança dos investidores e a estabilidade econômica, com destaque para ineficiências judiciais e problemas de governança econômica (AfDB, 2024). Já a EITI, ao validar a implementação angolana do padrão de transparência das indústrias extrativas,

reconheceu passos iniciais importantes desde a adesão do país em 2022, mas atribuiu ao país pontuação geral de 63,5 — classificada como “fairly low” — e destacou barreiras legais e práticas que ainda limitam divulgação pública e transparência no setor extrativo (EITI, 2025). Para um país cuja economia segue fortemente ligada a petróleo e mineração, esse ponto é especialmente sensível. (AFROBAROMETER, 2025a; PACATOLO; BOIO; SABINO, 2024).

Ao mesmo tempo, o próprio Estado angolano sinaliza que deseja ser visto de outra maneira. A Angola Country Action Roadmap apoiada pelo PNUD enumera, entre prioridades nacionais, defender soberania e segurança e promover a imagem e o papel de Angola no contexto regional e internacional (UNDP, 2025). Esse trecho é revelador, porque mostra que a questão da imagem não é um detalhe de marketing; ela integra o horizonte de desenvolvimento e inserção internacional do país. Em outras palavras, Angola reconhece, em seu planejamento, que reputação é matéria de Estado. (AFRICAN DEVELOPMENT BANK, 2024).

No turismo, esse esforço é ainda mais visível. Em janeiro de 2024, a ONU Turismo destacou a inauguração do novo aeroporto internacional e a isenção de visto turístico para cidadãos de 98 países como medidas voltadas a impulsionar o desenvolvimento do setor no país (UN Tourism, 2024). Em julho de 2025, Luanda sediou a 2ª Conferência Ministerial ONU Turismo/ICAO sobre Turismo e Transporte Aéreo na África, evento vinculado a um momento de forte recuperação do turismo africano e de maior interesse internacional pelo continente (ICAO, 2025). E, em 2025, a parceria com a ITB Berlin confirmou Angola como país anfitrião da edição de 2026, com nova identidade de marca — “Visit Angola – The Rhythm of Life” — explicitamente orientada a projetar diversidade,

autenticidade e beleza natural no palco global (ITB Berlin, 2025). (UNDP, 2025).

Esse conjunto de movimentos é coerente com o potencial real do país. A pesquisa de Cossengue, Fraiz Brea e Tavares (2025), por exemplo, mostra forte percepção de potencial ecoturístico no Planalto Central de Angola, com destaque para a atratividade da natureza, da paisagem, da vegetação e da biodiversidade. O estudo sugere interesse social e base territorial para estratégias de turismo sustentável. Em outras palavras, Angola não tenta vender um vazio; ela possui ativos naturais e culturais substantivos. O desafio é transformar potencial em reputação internacional estável. (UN TOURISM, 2024; ICAO, 2025).

É aqui que a percepção de segurança se torna decisiva. Turistas, investidores e parceiros internacionais não tomam decisões apenas com base em folhetos, slogans ou atributos naturais. Eles consideram previsibilidade regulatória, funcionamento de instituições, acesso à informação, qualidade da infraestrutura, estabilidade política, risco de corrupção, cobertura da imprensa e sensação geral de confiabilidade. Um destino pode ser belíssimo e, ainda assim, ser evitado se for percebido como burocraticamente opaco, institucionalmente frágil ou inseguro. Da mesma forma, um país pode ter oportunidades de investimento expressivas, mas perder competitividade se a imagem predominante for de instabilidade, arbitrariedade ou baixa transparência. (COSSENGUE; FRAIZ BREA; TAVARES, 2025).

Nesse sentido, Angola representa bem a tese central deste artigo: segurança percebida e imagem institucional não são temas laterais ao desenvolvimento. Elas condicionam a capacidade de um país

converter reforma, infraestrutura e promoção em confiança prática. O novo aeroporto importa; a facilitação de vistos importa; a presença em grandes eventos globais importa. Mas esses sinais precisam conversar com melhoria da governança, fortalecimento institucional, linguagem pública transparente e demonstrações constantes de que o Estado é capaz de proteger, informar e coordenar. (WORLD BANK, 2025; AFROBAROMETER, 2025a).

Outro ponto importante é que, no caso angolano, a percepção internacional não depende apenas do setor de segurança stricto sensu. Ela é afetada por todo o ecossistema institucional. Se o judiciário é visto como lento, se os mecanismos de transparência ainda enfrentam barreiras, se a corrupção segue sendo percebida como problema relevante, se a informação pública é escassa ou difícil de verificar, a leitura externa do país tende a incorporar esses elementos em um índice difuso de confiança. Em termos reputacionais, segurança, governança e comunicação são inseparáveis.

Portanto, afirmar que Angola precisa melhorar sua imagem institucional e a percepção de segurança perante o mundo não é emitir um juízo retórico ou moralizante. É reconhecer um desafio objetivo de desenvolvimento. Quanto mais o país tenta se projetar como parceiro internacional, mais precisa alinhar sua narrativa externa a uma arquitetura interna de confiança. A boa notícia é que esse alinhamento é possível. Há potencial, há movimento institucional, há ativos simbólicos e há vontade política declarada de promover outra imagem do país. O que falta é consolidar essa trajetória por meio de políticas públicas integradas e continuidade comunicacional. (PACATOLO; BOIO; SABINO, 2024; DUARTE LLEDÓ; MIGUEL, 2025).

7. ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO INTERNACIONAL E GESTÃO REPUTACIONAL

Há ainda uma dimensão específica que merece destaque: a assessoria de comunicação internacional aplicada à segurança e à reputação institucional. Em muitos países, a assessoria internacional é acionada apenas quando ocorre viagem oficial, participação em feira ou assinatura de acordo. Esse modelo é insuficiente para realidades em que a imagem nacional está em disputa contínua. A comunicação internacional precisa ser permanente, baseada em monitoramento, gestão de crise, produção de evidências e tradução diplomática de políticas públicas. No caso de Angola, essa função ganha especial importância porque o país busca ser simultaneamente visto como parceiro confiável, destino turístico em ascensão e economia aberta à diversificação.

Uma assessoria internacional de qualidade poderia cumprir tarefas complementares. Primeiro, construir narrativa coerente entre reformas domésticas e ambições externas, evitando mensagens fragmentadas. Segundo, antecipar dúvidas de públicos estrangeiros sobre segurança, governança, vistos, infraestrutura, serviços e ambiente regulatório. Terceiro, qualificar a presença do país em plataformas globais, substituindo comunicação puramente celebratória por mensagem ancorada em fatos, indicadores e casos concretos. Quarto, reagir rapidamente a episódios que possam deteriorar a percepção internacional, com transparência e não com negação automática. (SILVA et al., 2024; BALAN, 2025).

Isso é ainda mais importante quando se considera o setor turístico. A imagem de um destino depende de atributos afetivos — beleza, cultura, hospitalidade —, mas também de fatores operacionais e

institucionais. Para o viajante internacional, sensação de segurança envolve desde clareza de informações migratórias até confiança no transporte, no sistema de saúde, no atendimento ao visitante e na capacidade do Estado de responder a incidentes. Quando a assessoria internacional consegue integrar esses aspectos em linguagem acessível, o país reduz incerteza. E reduzir incerteza é, em grande medida, produzir segurança percebida.

No ambiente do investimento externo, o raciocínio é parecido. Investidores observam estabilidade macroeconômica, regras, tribunais, transparência, enforcement e risco reputacional. Não basta o país melhorar um ou outro indicador; é preciso que essa melhora seja compreendida e acreditada. Relatórios internacionais, notas de imprensa, briefings técnicos, roadshows, interlocução com câmaras de comércio e comunicação com analistas de risco são partes de uma arquitetura de confiança. Angola já começou a disputar esse espaço; o desafio agora é fazer com que a comunicação externa se apoie de forma cada vez mais sólida em instituições mais confiáveis e verificáveis. (UN TOURISM, 2024; COSSENGUE; FRAIZ BREA; TAVARES, 2025).

Em chave mais ampla, a assessoria de comunicação internacional pode operar como elo entre política pública e diplomacia econômica. Ela ajuda a mostrar que segurança não é apenas ausência de crime, mas presença de previsibilidade estatal. Ajuda a demonstrar que combate à corrupção não é apenas agenda moral, mas condição de competitividade. E ajuda a fazer com que a imagem externa do país não seja prisioneira de estereótipos antigos nem de eventos isolados, mas resultado de trabalho estratégico, continuado e aderente à realidade institucional. (WORLD BANK, 2025; EITI, 2025).

8. DIRETRIZES DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA SEGURANÇA E REPUTAÇÃO EM ANGOLA

Se a percepção de segurança é parte da própria política pública, então Angola — e países em situação semelhante — precisa adotar uma abordagem integrada. O primeiro eixo é o da transparência inteligível. Não basta publicar documentos técnicos ou relatórios de difícil acesso. É necessário transformar dados de segurança, governança e serviços públicos em informação compreensível para cidadãos, imprensa, investidores e visitantes. A transparência só produz confiança quando é acessível, regular e verificável. Isso inclui portais atualizados, relatórios executivos multilíngues, coletivas consistentes e presença digital institucional capaz de responder a dúvidas reais.

O segundo eixo é o da coordenação narrativa entre órgãos. Países que buscam fortalecer reputação internacional não podem permitir que cada ministério ou agência fale de modo isolado sobre temas sensíveis. Segurança, turismo, transportes, relações exteriores, justiça e promoção de investimentos precisam operar com protocolo comum de comunicação de risco e de reputação. Isso não significa homogeneizar discursos artificialmente, mas garantir coerência mínima sobre prioridades, diagnósticos e respostas. Em contextos de crise, a falta de coordenação faz o dano reputacional crescer exponencialmente. (UNDP, 2025; AFROBAROMETER, 2025a).

O terceiro eixo é o fortalecimento da comunicação preventiva. Boa parte da percepção de segurança é moldada antes da crise. Campanhas sobre procedimentos aeroportuários, canais de denúncia, direitos do visitante, funcionamento dos serviços públicos, prevenção a fraude, orientações urbanas e uso de plataformas

oficiais ajudam a reduzir ansiedade e a construir previsibilidade. Visitantes e investidores não esperam ausência absoluta de risco; esperam saber como o Estado funciona quando o risco aparece. A previsibilidade operacional é uma das formas mais concretas de produzir segurança percebida. (SILVA et al., 2024; BALAN, 2025).

O quarto eixo é o investimento em confiança doméstica. Não há reputação internacional robusta sobre base interna precária. Se a população local percebe aumento da corrupção, teme retaliação ao denunciar e avalia negativamente o desempenho governamental no enfrentamento do problema, o país precisa tratar esse sinal como urgência estratégica, não apenas moral (Pacatolo, Boio e Sabino, 2024). Combate à corrupção, proteção ao denunciante, simplificação de procedimentos e fortalecimento da autonomia institucional não são agendas paralelas à imagem nacional; são seu fundamento.

O quinto eixo é a profissionalização da assessoria de comunicação internacional. Países em reposicionamento precisam monitorar imprensa estrangeira, relatórios de risco, comentários de viajantes, índices de reputação, narrativas em redes e percepções de agentes econômicos. Essa inteligência reputacional deve orientar respostas rápidas a distorções, esclarecimentos a episódios críticos e produção continuada de conteúdo confiável. É diferente de propaganda. Trata-se de diplomacia pública orientada por evidência. (PACATOLO; BOIO; SABINO, 2024; BOURAÏMA; SAMBOU; FAYE, 2025).

O sexto eixo é a valorização de territórios e ativos concretos. No caso de Angola, a estratégia de imagem pode articular natureza, cultura, infraestrutura e segurança de forma integrada. Estudos como o de Cossengue, Fraiz Brea e Tavares (2025) mostram que há potencial ecoturístico consistente no Planalto Central. A tarefa do Estado é

assegurar que esse potencial seja acompanhado por infraestrutura, informação, proteção ambiental, qualificação de serviços, policiamento orientado ao visitante e comunicação clara. O destino confiável não é apenas bonito; ele funciona. (BALAN, 2025; WORLD BANK, 2025).

O sétimo eixo é a institucionalização de métricas de percepção. Governos costumam monitorar crimes registrados, mas raramente acompanham com a mesma seriedade indicadores de confiança, sensação de proteção, avaliação da comunicação e leitura internacional da estabilidade institucional. Isso precisa mudar. Pesquisas de opinião periódicas, monitoramento digital, análise de imprensa e painéis de reputação podem oferecer base empírica para decisões mais inteligentes. A política pública melhora quando mede não apenas o que faz, mas como é percebida. (COSSENGUE; FRAIZ BREA; TAVARES, 2025; UN TOURISM, 2024).

Por fim, é necessário reconhecer que comunicação não corrige, sozinha, déficit estrutural. Nenhuma campanha resolve opacidade persistente, baixa capacidade administrativa ou corrupção sistêmica. Mas também é verdade que reformas silenciosas têm pouco efeito reputacional se não forem compreendidas socialmente. O caminho mais sólido está na convergência: reforma institucional séria, dados verificáveis, linguagem pública honesta e gestão estratégica da percepção. Segurança percebida, nesse quadro, não é ilusão fabricada; é consequência política de instituições que funcionam e sabem demonstrar que funcionam. (AFROBAROMETER, 2025a; ADABA et al., 2024).

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A principal contribuição deste artigo foi sustentar que a percepção de segurança não é um componente ornamental da política pública de segurança, mas uma de suas dimensões constitutivas. Em sociedades intensamente mediadas, marcadas por circulação veloz de notícias, amplificação digital e competição permanente por enquadramentos narrativos, a segurança é experimentada tanto como dado material quanto como sentimento social. Quando o cidadão ou o observador internacional avalia um país, ele não olha apenas números. Ele observa sinais de ordem, previsibilidade, transparência, resposta institucional e capacidade de comunicação.

A literatura recente analisada confirma essa tese. Estudos sobre medo do crime mostram que a insegurança é formada por fatores emocionais, cognitivos e midiáticos, e que não pode ser reduzida a índices de vitimização. Pesquisas sobre governança indicam que legitimidade depende de coordenação, confiança e qualidade institucional. Trabalhos sobre comunicação governamental apontam que informar com clareza, transparência e responsabilidade é função substantiva do Estado. E evidências africanas sugerem que maior qualidade de governança fortalece confiança institucional, enquanto ambientes de baixa legitimidade podem transformar a exposição midiática em vetor de desconfiança. (SOARES et al., 2024; SILVA et al., 2024).

Angola emerge, nesse cenário, como um estudo de caso expressivo. O país reúne oportunidades reais de reposicionamento internacional: crescimento recente, riqueza natural, ambição diplomática, abertura ao turismo, facilitação de vistos, nova infraestrutura aeroportuária e presença em plataformas globais relevantes. Ao mesmo tempo, relatórios recentes do Banco Mundial, do FMI, do BAD, da EITI e do Afrobarometer mostram que ainda

existem obstáculos ligados à governança, à transparência, à confiança e à percepção pública. Por isso, a questão da imagem institucional e da percepção de segurança perante o mundo não é secundária. Ela está no coração da estratégia de desenvolvimento. (NATAL, 2021; COSTA; LIMA; OLIVEIRA JÚNIOR, 2022).

Em termos normativos, isso significa que a política pública contemporânea precisa abandonar a falsa dicotomia entre “fazer” e “comunicar”. Em segurança, comunicar faz parte do fazer. A ação estatal que não se torna inteligível socialmente perde parte de sua eficácia. Do mesmo modo, a narrativa que tenta compensar ausência de reforma cedo ou tarde entra em colapso. O que sustenta confiança é a convergência entre desempenho institucional, transparência e linguagem pública responsável. (WORLD BANK, 2025; UN TOURISM, 2024; ITB BERLIN, 2025).

Para Angola, a agenda mais promissora parece ser justamente essa convergência. Melhorar a imagem internacional do país não exige cosmética discursiva, mas capacidade de alinhar promoção externa, fortalecimento institucional, combate à corrupção, previsibilidade regulatória e comunicação estratégica. Ao conseguir fazer isso, o país não apenas melhora sua percepção de segurança; melhora sua capacidade de converter potencial em desenvolvimento. E esse, afinal, é o ponto central: segurança percebida não é uma sombra da segurança real. É uma das formas pelas quais a segurança real se transforma em confiança pública, legitimidade democrática e valor internacional. (CEZAR; BARBOSA, 2018; SILVA et al., 2024).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AFRICAN DEVELOPMENT BANK (AfDB). Country focus report 2025: Angola. Abidjan, 2024.

ALCADIPANI, R. O olhar dos Estudos Organizacionais para pensar a reforma das organizações policiais no Brasil. Cadernos Gestão Pública e Cidadania, 2024.

AFROBAROMETER. Angola Round 10 summary of results. 2025a.

ADABA, K. A.; ISBELL, T.; KONNEH, M.; LARDEY, M.; TSHEKO, M.; ZHUAWU, C. Across Africa, public trust in key institutions and leaders is weakening. Afrobarometer Dispatch, n. 891, 2024.

BALAN, S. The role of state information policy in shaping democratic resilience to hybrid threats. Revista de Sociologia e Política, 2025.

BOURAÏMA, N. A. O.; SAMBOU, A. A.; FAYE, N. Determinants of institutional trust in sub-Saharan Africa: does media exposure matter? Afrobarometer Working Paper, n. 210, 2025.

CARDOSO, G. R.; MAGALHÃES, R. C. Um balanço da literatura sobre o contexto latino-americano: vitimização, medo do crime e legitimidade democrática. Estudos Econômicos, 2023.

COSTA, A. T. M.; LIMA, R. S.; OLIVEIRA JÚNIOR, A. A mídia e o medo do crime no Distrito Federal. Opinião Pública, v. 28, n. 3, 2022.

COSSENGUE, P. R.; FRAIZ BREA, J. A.; TAVARES, F. O. Perceptions of ecotourism potential amongst residents in the Central Plateau of Angola. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, v. 14, n. 1, p. 237-249, 2025.

DUARTE LLEDÓ, V.; MIGUEL, M. Governance and the fight against corruption in Angola: quid vales? quo vadis? IMF Selected Issues Paper, n. 2025/060, 2025.

EXTRACTIVE INDUSTRIES TRANSPARENCY INITIATIVE (EITI). Angola scores 63.5 points in EITI implementation. 2025.

INTERNATIONAL CIVIL AVIATION ORGANIZATION (ICAO). UN Tourism/ICAO Ministerial Summit calls for enhanced cooperation to unlock Africa's growth. 2025.

ITB BERLIN. Angola is the official host country of ITB Berlin 2026. 2025.

NATAL, A. L. Medo do crime: mensurando o fenômeno e explorando seus preditores. Opinião Pública, v. 27, n. 1, 2021.

PACATOLO, C.; BOIO, D.; SABINO, R. C. Angolans perceive rising corruption and say citizens risk retaliation if they report it. Afrobarometer Dispatch, n. 906, 2024.

PAZINATO, E.; ROCHA, H.; COSTA, A. Democracia, estado de direito e governança da segurança pública. Civitas, 2024.

SILVA, M. R. et al. Mapeamento sistemático da produção científica sobre comunicação governamental no período de 2018 a 2022. Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 2024.

SOARES, A. G. L. et al. The analytic gradient of fear of crime: an emotional and cognitive approach. Dilemas, 2024.

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME (UNDP). Angola Country Action Roadmap. 2025.

UN TOURISM. Angola inaugurates new airport and waives tourist visa for 98 countries to boost tourism industry development. 2024.

WORLD BANK. Angola Economic Update: boosting growth with inclusive financial development. 2025.

Artigo científico em formato acadêmico, organizado segundo parâmetros mais rígidos de apresentação textual e referências, destinado à submissão em periódico da área de comunicação, políticas públicas e segurança institucional.

[1] Neste artigo, “segurança percebida” designa a experiência social de proteção, previsibilidade e confiança construída a partir de sinais institucionais, narrativas midiáticas e interações cotidianas, e não apenas de estatísticas criminais.

[2] A escolha de Angola como estudo de caso não pretende essencializar a experiência nacional, mas observar, em uma realidade concreta, como desenvolvimento, reputação externa e confiança institucional podem caminhar em ritmos distintos.

[3] No plano internacional, comunicação institucional compreende tanto a relação com públicos estrangeiros quanto a mediação com organismos multilaterais, imprensa internacional, investidores, operadores turísticos e comunidades diplomáticas.