



**Plano de** 2026-2030  
**Comunicação**

## 1 Apresentação

A atuação da Assessoria de Comunicação do Instituto MovRio, gestor dos programas Disque Denúncia, Procurados, Linha Verde, Desaparecidos, DD Cidades, DD Mulher e Linha Ética possui papel estratégico fundamental para a consolidação da confiança da sociedade no anonimato e na eficácia do sistema. Nossas ações de comunicação buscam não apenas disseminar informações, mas também fortalecer o canal entre o cidadão e as forças de segurança, garantindo que o papel social do Instituto seja cumprido com excelência. Este plano foi elaborado para alinhar as estratégias de comunicação aos objetivos de combate ao crime e fomento à cultura de denúncia, servindo como guia para a equipe de comunicação no desenvolvimento de campanhas, relacionamento com a mídia e suporte institucional.

## 2 Diagnóstico

### 2.1 Estrutura da Assessoria de Comunicação Social (ASCOM)

A ASCOM atua como o núcleo estratégico de integração entre o Instituto MovRio, as forças de segurança, os parceiros institucionais, a imprensa e a sociedade civil. Sua estrutura é desenhada para garantir que o fluxo de informações seja ágil, seguro e focado na credibilidade do canal de denúncias.

A Assessoria é responsável por planejar, coordenar e supervisionar todas as atividades de imprensa e comunicação social do Instituto. Sua estrutura divide-se em frentes estratégicas:

- **Relações com a Imprensa:** gestão do relacionamento com veículos de mídia para a divulgação de resultados, balanços de denúncias e apoio a operações policiais.
- **Comunicação Integrada:** produção de conteúdo para redes sociais, newsletters (como o informativo mensal) e campanhas de conscientização (ex.: combate à violência contra a mulher, crimes contra o meio ambiente e exploração infantil).

- **Gestão de Marca e Eventos:** preservação da identidade visual do Disque Denúncia em materiais gráficos, prêmios e eventos institucionais.

### 2.1.1 Atribuições

As funções da ASCOM são divididas em pilares que sustentam a imagem e a operação do Disque Denúncia:

- **Gestão de Crise e Reputação:** monitorar menções ao Instituto, ao Disque Denúncia e demais programas para assegurar a confiança no anonimato e responder prontamente a qualquer ruído informativo que possa comprometer a segurança do sistema.
- **Relacionamento com a Mídia (Press Relations):** produção e envio de releases sobre resultados de operações apoiadas por denúncias.
- Atendimento a jornalistas e agendamento de entrevistas com os coordenadores.
- Gestão de parcerias com veículos de imprensa para a divulgação de cartazes de "Procurados".
- **Comunicação Digital e Redes Sociais:** gerenciar os perfis oficiais, criando conteúdo educativo sobre como denunciar e dando visibilidade às causas sociais apoiadas pelo MovRio.
- **Publicações Institucionais:** responsável pela redação, edição e supervisão gráfica de documentos vitais, como o **Anuário Disque Denúncia, Revista Comemorativa** os informativos mensais e relatórios para parceiros (ex: Relatórios de Imprensa de Angra, Maricá e Niterói).
- **Comunicação de Campanhas:** planejar a identidade visual e as peças publicitárias para campanhas sazonais ou permanentes (ex: Combate à exploração sexual infantil, proteção ao meio ambiente, campanhas com a Transpetro).
- **Endomarketing:** garantir que o público interno (atendentes e equipe administrativa) esteja alinhado com a missão do Instituto e informado sobre as conquistas da organização.

## 2.1.2 Recursos Humanos e Orçamentários

Este item define a viabilidade operacional das estratégias propostas

- **Recursos Humanos:**
  - **Coordenação de Comunicação:** Liderança estratégica responsável pelo alinhamento com a diretoria do MovRio e aprovação final de campanhas.
  - **Núcleo de Conteúdo:** Jornalistas e redatores focados em releases, newsletters e textos para o anuário.
  - **Núcleo de Design e Audiovisual:** Profissionais responsáveis pela criação de peças gráficas, edição de vídeos para redes sociais e manutenção da identidade visual (garantindo a correção de marcas e artes).
  - **Social Media:** Focado na interação com a comunidade digital e monitoramento de canais.
- **Recursos Orçamentários:**
  - **Custeio Operacional:** Verba destinada à manutenção de softwares de design, ferramentas de clipping, monitoramento de redes sociais e disparadores de e-mail marketing.
  - **Produção Gráfica e Editorial:** Orçamento dedicado à impressão do anuário, materiais de PDV para campanhas e brindes institucionais.
  - **Investimento em Mídia:** Verba para impulsionamento de posts estratégicos ou contratação de espaços publicitários em campanhas de grande alcance.
  - **Eventos e Premiações:** Recursos destinados à organização de eventos próprios, como o **Prêmio Destaque Policial**, incluindo logística, troféus e cerimonial.

## 2.1.3 Partes Interessadas (Públicos)

- **Público Interno:** Colaboradores do Instituto MovRio e operadores do call center.

- **Público Externo (Setor Público):** Secretarias de Segurança Pública, Polícia Civil, Polícia Militar, Polícia Federal e Ministérios.
- **Público Externo (Sociedade):** População em geral, lideranças comunitárias e usuários dos canais de denúncia.
- **Veículos de Comunicação:** Jornais, portais de notícias, emissoras de rádio e TV, e influenciadores focados em utilidade pública.
- **Parceiros e Patrocinadores:** Empresas privadas e órgãos que apoiam as campanhas de premiação

## 2.2 Canais Corporativos

Os canais corporativos do Instituto MovRio são as plataformas oficiais de diálogo, onde a instituição estabelece sua voz perante a sociedade e parceiros, garantindo transparência e agilidade na circulação de informações sobre segurança e utilidade pública.

### 2.2.1 Canais Digitais

Compreendem as plataformas de consulta e interação principal do Instituto.

- **Portal Institucional (Site):** Atua como o repositório central de informações. Deve conter áreas dedicadas para:
  - Estatísticas atualizadas de criminalidade por região.
  - Área de transparência sobre a gestão do Instituto MovRio.
  - Formulários de denúncia integrados e seguros.
- **Aplicativo Disque Denúncia RJ:** Canal digital prioritário para o recebimento de denúncias com suporte a envio de fotos e vídeos, garantindo a criptografia e o anonimato total.

### 2.2.2 Correio Eletrônico

O e-mail é utilizado como ferramenta de articulação técnica e institucional.

- **Newsletter "Informativo Disque Denúncia":** Envio periódico para a base de parceiros, autoridades e imprensa, consolidando os resultados mensais e as principais operações apoiadas pelo serviço.
- **Comunicação Direta com Stakeholders:** Canal formal para relacionamento com órgãos governamentais (polícias, prefeituras) e empresas parceiras (ex: Transpetro, Firjan).
- **E-mails de Atendimento:** Endereços específicos para solicitações de imprensa, parcerias e dúvidas administrativas do Instituto.

### 2.2.3 Publicações

Produções editoriais que chancelam o conhecimento técnico da equipe de comunicação e a relevância social do projeto.

- **Anuário Disque Denúncia:** Publicação de alto valor estratégico, com registro de ISBN, que compila os dados do ano anterior, análises de especialistas e o impacto social das atividades do MovRio.
- **Relatórios Temáticos (Mensais/Semestrais):** Documentos focados em áreas ou temas específicos, como os relatórios de criminalidade para as regiões de Angra dos Reis e Paraty.
- **Cartilhas e Materiais Educativos:** Materiais digitais ou impressos sobre prevenção ao crime e direitos humanos

### 2.2.4 Redes Sociais

Utilizadas para aproximar a instituição da população e humanizar o serviço de denúncia.

- **Instagram e Facebook:** Foco em campanhas de conscientização, divulgação de cartazes de procurados e prestação de contas rápida ("Obrigado, você denunciou e a polícia agiu").
- **Twitter/X:** Canal de resposta rápida e monitoramento de tendências e ocorrências em tempo real na região do Rio de Janeiro.

Utilizadas para aproximar a instituição da população e humanizar o serviço de denúncia.

- **YouTube/LinkedIn:** Divulgação de vídeos institucionais, entrevistas de portavozes e fortalecimento da marca do Instituto MovRio no ambiente corporativo e do terceiro setor.

### 2.2.5 Atendimento da ASCOM

Define os protocolos de resposta e acolhimento da equipe de comunicação

- **Media Relations:** Fluxo de atendimento a pedidos de jornalistas (pedidos de dados, notas oficiais e agendamento de entrevistas).
- **Suporte a Eventos e Campanhas:** Atendimento direto a parceiros para a coordenação de campanhas conjuntas e eventos.
- **Acolhimento Institucional:** Gestão de dúvidas gerais da população que chegam via canais de comunicação (não via canal de denúncia), direcionando o cidadão para o atendimento correto.

### 2.2.5 Atendimento da ASCOM

Define os protocolos de resposta e acolhimento da equipe de comunicação

- **Media Relations:** Fluxo de atendimento a pedidos de jornalistas (pedidos de dados, notas oficiais e agendamento de entrevistas).
- **Suporte a Eventos e Campanhas:** Atendimento direto a parceiros para a coordenação de campanhas conjuntas e eventos.
- **Acolhimento Institucional:** Gestão de dúvidas gerais da população que chegam via canais de comunicação (não via canal de denúncia), direcionando o cidadão para o atendimento correto.

## 2.3 Imagem

Os canais corporativos do Instituto MovRio são as plataformas oficiais de diálogo, onde a instituição estabelece sua voz perante a sociedade e parceiros, garantindo transparência e agilidade na circulação de informações sobre segurança e utilidade pública.

### 2.3.1 Peças de Comunicação e Programação Visual

Este item define como a identidade do Instituto e do Disque Denúncia é materializada em suportes físicos e digitais, garantindo que a marca seja reconhecida instantaneamente pela população como um porto seguro para a denúncia.

### 2.3.2 Padronização da Identidade Visual

**Manual de Marca:** Manutenção e aplicação rigorosa das cores (geralmente o contraste do amarelo e preto, que remete à atenção e segurança) e tipografias oficiais.

- **Coerência Visual:** Garantir que a marca do Disque Denúncia apareça de forma correta e padronizada em parcerias (ex: selos em materiais da Firjan ou campanhas com a Transpetro), evitando distorções que possam passar amadorismo.

### 2.3.3 Criação de Peças Gráficas e Digitais

**Cartazes de "Procurados":** Desenvolvimento de layouts de alto impacto para divulgação de criminosos, otimizados para rápida leitura em redes sociais e impressão em pontos estratégicos.

- **Cards para Redes Sociais:** Criação de templates para informativos de "Resultados da Semana", campanhas educativas e datas alusivas (ex: Dia de Combate à Violência contra a Mulher).

- **Infográficos:** Transformação de dados estatísticos complexos do banco de dados em gráficos visuais simples para o Anuário Disque Denúncia, facilitando a compreensão da imprensa e da sociedade.

### 2.3.4 Fotografia e Identidade Humana

**Banco de Imagens Próprio:** Registro fotográfico de eventos institucionais, premiações (como o Prêmio Destaque) e bastidores (preservando sempre a identidade dos operadores do call center).

- **Tratamento de Imagem:** Rigor técnico na edição de fotos institucionais. Em pedidos de melhoria de fotos de lideranças ou porta-vozes, a diretriz é manter a fidelidade absoluta dos traços faciais, garantindo uma imagem profissional, porém autêntica e humana.

### 2.3.5 Materiais de Suporte e Eventos

**Papelaria Institucional:** Padronização de timbrados, pastas, cartões de visita e apresentações em PowerPoint para reuniões estratégicas com órgãos de segurança.

- **Sinalização e Backdrop:** Criação de painéis para coletivas de imprensa e eventos, garantindo que as logomarcas do Instituto MovRio e do Disque Denúncia estejam em evidência durante coberturas jornalísticas.

### 2.3.6 Vídeos e Motion Design

**Vídeos de campanha:** Produção de vídeos curtos com animações (motion design) para explicar como funciona o processo de denúncia e garantir ao cidadão que o sistema é 100% seguro.

- **VTs Institucionais:** Vídeos de prestação de contas para parceiros e patrocinadores, destacando os marcos alcançados pelo Instituto.

## 2.3 Matriz FOFA da Comunicação Institucional

### F - Forças (Fatores Internos Positivos)

**Credibilidade Consolidada:** A marca "Disque Denúncia" possui décadas de confiança pública e reconhecimento nacional como um serviço seguro

- **Garantia de Anonimato:** O domínio técnico e a tecnologia de criptografia que asseguram que a identidade do denunciante nunca seja revelada.
- **Banco de Dados Robusto:** O acesso a estatísticas e informações privilegiadas que permitem à comunicação produzir conteúdos de alto valor (como o Anuário).
- **Equipe especializada:** Profissionais com experiência em lidar com temas sensíveis e relacionamento direto com as polícias.

### O - Oportunidades (Fatores Externos Positivos)

**Expansão Digital:** O crescimento do uso de smartphones permite a promoção do Aplicativo de denúncias, reduzindo custos de telefonia e aumentando a agilidade.

- **Parcerias Estratégicas:** Possibilidade de co-branding e campanhas conjuntas com grandes empresas e órgãos governamentais.
- **Engajamento Comunitário:** O desejo da sociedade civil de participar ativamente na melhoria da segurança de seus bairros.
- **Uso de Novos Formatos:** Potencial para utilizar vídeos curtos e podcasts para educar a população sobre o impacto das denúncias e o funcionamento do sistema

### F - Fraquezas (Fatores Internos Negativos)

**Recursos Limitados:** Como organização do terceiro setor (Instituto MovRio), o orçamento para grandes campanhas publicitárias pode ser restrito em comparação ao setor público.

- **Dependência de Canais de Terceiros:** A necessidade de depender de operadoras

de telefonia e redes sociais para que a denúncia e a mensagem cheguem ao destino

- **Complexidade na Prestação de Contas:** A dificuldade de divulgar resultados específicos de certas denúncias sem comprometer investigações em curso.

## A - Ameaças (Fatores Externos Negativos)

**Fake News e Canais Paralelos:** A proliferação de números de WhatsApp não oficiais que podem enganar o cidadão e comprometer sua segurança.

- **Insegurança Digital:** O aumento de ataques cibernéticos em escala global que exige constante investimento em segurança de dados.
- **Ceticismo Institucional:** Crises de confiança nas forças de segurança estatais que podem, por tabela, afetar a disposição do cidadão em denunciar.
- **Alterações em Algoritmos:** Mudanças nas redes sociais que podem diminuir o alcance orgânico de campanhas institucionais.

## Estratégia de Ação baseada na FOFA:

**Estratégia Ofensiva (Força + Oportunidade):** Usar a **credibilidade da marca** para impulsionar a transição para os **canais digitais (App)**, aumentando a base de dados e a eficácia das operações.

- **Estratégia de Defesa (Força + Ameaça):** Utilizar a autoridade do Instituto para educar a população sobre quais são os canais oficiais, combatendo ativamente perfis falsos e fake news.

## 3 Planejamento Estratégico em Comunicação

O planejamento estratégico visa antecipar demandas e organizar a narrativa do Instituto para que a comunicação não seja apenas reativa (responder a crimes), mas proativa (educar e prevenir). O objetivo central é a **manutenção da confiança**.

Em um serviço de denúncia anônima, a percepção de segurança e eficácia por parte do cidadão é o que alimenta o sistema. Sem comunicação estratégica, o serviço perde sua matéria-prima: a informação popular.

### 3.1 Identidade Estratégica da Assessoria de Comunicação Social

Define o propósito e o norte da equipe de comunicação:

- **Missão:** Promover a cultura da denúncia e a participação social através de uma comunicação ética, segura e transparente, servindo de ponte entre o cidadão e a justiça.
- **Visão:** Ser reconhecida como a fonte mais confiável de dados sociais sobre criminalidade e a principal autoridade em mobilização para segurança pública no Brasil.
- **Valores:** Anonimato absoluto, compromisso com a verdade, agilidade, inovação digital e foco na proteção da vida.

### 3.2 Objetivos, Estratégias e Ações

- **Objetivo Estratégico (Ciclo 2026-2030):** Consolidar a presença digital do Disque Denúncia, elevando o uso dos canais digitais (Whatsapp, App e Site) em uma estimativa de 30% do volume total de denúncias recebidas.
- **Objetivo Específico de Comunicação:** Divulgar e ampliar o alcance da marca "Instituto MovRio" como o órgão gestor e garantidor do sigilo do Disque Denúncia até o final do primeiro biênio.

### 3.3 Planejamento para a Comunicação Institucional (Foco em 2026)

O foco atual deve ser a integração de dados e a expansão regional:

- **Levantamento de Necessidades:** Identificar áreas com baixo índice de denúncias para direcionar campanhas geolocalizadas.
- **Priorização:** O foco imediato é a proteção de grupos vulneráveis (mulheres e crianças) e o combate ao crime organizado em áreas de infraestrutura estratégica.

### 3.4 Ações e Estratégias para a Comunicação de Segurança Pública

- **Campanhas de Impacto:** Criação de materiais que mostrem o "pós-denúncia" (exemplos de crimes resolvidos) para validar o esforço do cidadão.
- **Transparência de Resultados:** Publicação de infográficos mensais com o balanço de apreensões e prisões realizadas a partir das denúncias.
- **Educação para o Anonimato:** Campanhas específicas explicando a tecnologia por trás do sistema para desmistificar o medo de rastreamento.

### 3.5 Plano de Comunicação para ações de proximidade

- **Objetivo:** Fortalecer a relação do Instituto com lideranças locais para que o Disque Denúncia seja a ferramenta de defesa da comunidade.
- **Estratégias de Divulgação:**
  - **Informativos de Bairro:** Conteúdo personalizado para regiões específicas (como Angra, Maricá e Niterói).
  - **Eventos de Proximidade:** Realização de webinários e palestras para conselhos comunitários de segurança sobre como utilizar os dados do Instituto para cobrar melhorias.
  - **Engajamento de Parceiros:** Envolvimento da Firjan e outras entidades para que a comunicação do programa chegue aos trabalhadores e empresários da região

### 3.6 Expansão da Presença Digital

O foco é migrar o comportamento do denunciante do telefone (call center tradicional) para as plataformas digitais, que oferecem menor custo operacional e maior riqueza de dados (fotos, vídeos, geolocalização).

- **Estratégia de Engajamento:** Criar campanhas de "educação tecnológica", mostrando visualmente que o anonimato é preservado também no ambiente digital (criptografia).
- **Ações Diretas:**
  - Otimização do Aplicativo: Campanhas específicas para download do App

"Disque Denúncia RJ", destacando a funcionalidade de envio de mídia em tempo real.

- **Marketing de Busca e Redes Sociais:** Uso de SEO e impulsionamento geolocalizado para que o canal de denúncia apareça como primeira opção em buscas sobre crimes específicos (ex: "como denunciar tráfico em Angra").
- **Integração com IA:** Implementação de chatbots para triagem inicial e orientação do cidadão sobre como formular uma denúncia eficaz.

### 3.7 Capacitação de Porta-vozes (Media Training)

A segurança pública é um tema sensível que exige precisão técnica e empatia. Os porta-vozes do Instituto (Diretoria e Coordenadores) devem estar alinhados para não comprometer investigações nem a imagem da instituição.

- **Estratégia de Preparação:** Realizar ciclos semestrais de Media Training focados em gerenciamento de crise e comunicação de dados.
- **Ações Diretas:**
  - **Simulação de Entrevistas:** Treinamentos de perguntas e respostas sobre temas espinhosos, como vazamento de dados, eficácia policial e crimes de grande repercussão.
  - **Key Messages (Mensagens-Chave):** Definição de frases fundamentais que devem ser repetidas em todas as entrevistas (ex: "O anonimato é garantido por lei e pela nossa tecnologia há mais de 20 anos").
  - **Posicionamento em Redes Sociais:** Orientação para que porta-vozes mantenham uma postura profissional e neutra em seus perfis pessoais, evitando opiniões políticas que possam polarizar a imagem do Instituto.

### 3.8 Modernização Visual

A identidade visual do Disque Denúncia precisa ser "de impacto", mas também transmitir a modernidade necessária para o ambiente digital. O design deve ser visto como uma ferramenta de utilidade pública.

- **Estratégia de Atualização:** Revitalização da linguagem gráfica sem perder os elementos icônicos (como o contraste preto e amarelo) que o público já associa à segurança.
- **Ações Diretas:**
  - **Atualização do Manual de Identidade Visual:** Padronização de fontes e cores para ambientes de alta resolução (4K) e telas de dispositivos móveis.
  - **Design de Impacto para "Procurados":** Criação de um novo layout para os cartazes de recompensa e procurados, facilitando a visualização da face do criminoso e do número de denúncia em telas pequenas de celular.
  - **Infográficos Dinâmicos:** Substituição de tabelas extensas por infográficos animados que expliquem o fluxo da denúncia (da ligação até a operação policial), facilitando a compreensão do "caminho da justiça" pelo cidadão.
  - **Padronização de Marcas de Parceiros:** Criação de réguas de assinaturas para garantir que, em campanhas com a Transpetro ou Firjan, a marca do Instituto MovRio e do Disque Denúncia tenham o destaque correto e respeitem a hierarquia visual.

## 4 Objetivo Estratégico para o ciclo 2026-2030

### 4.1 Objetivo Estratégico para o ciclo 2026-2030

**Fortalecer a credibilidade e o alcance do Disque Denúncia.** A missão da ASCOM é esclarecer para os diversos públicos o impacto real das denúncias na redução da criminalidade. O ponto de partida será uma ampla pesquisa de percepção social para identificar barreiras à denúncia (medo, desinformação) e definir as ações mais efetivas para cada região (ex: Capital vs. Interior).

- **Estratégia:** Aplicação de pesquisa de opinião pública trienal com foco em "Percepção de Segurança e Confiança no Anonimato". Os insumos nortearão o Plano de Comunicação Institucional (PCI) de 2026 e as campanhas subsequentes.

## 4.2 Objetivo específico de comunicação

**Melhorar a percepção de eficácia e segurança do serviço.** O objetivo principal para o próximo ano será reforçar a ideia de que "denunciar funciona e é seguro".

- **Estratégia 1: Inteligência de Imagem.** Utilizar dados gerados pelo núcleo de estatística do Instituto para executar pelo menos uma ação estruturante por trimestre (ex: balanço de apreensões de armas ou drogas decorrentes de denúncias). O Aferição: Verificação do cumprimento das campanhas realizadas.
- **Estratégia 2: Divulgação de Parcerias Estratégicas.** Divulgar tempestivamente as ações desenvolvidas com parceiros (ex: Transpetro, Firjan) de forma dirigida aos públicos interessados. O Aferição: Relatório de impacto e visibilidade das campanhas conjuntas.
- **Estratégia 3: Otimização do Ecossistema Digital.** Revisar o conteúdo do Portal e do Aplicativo visando a acessibilidade. O cidadão deve encontrar o canal de denúncia em no máximo dois cliques. O Aferição: Apresentação de relatório de UX (Experiência do Usuário) e revisão de 100% dos textos do portal para "Linguagem Simples".

## 4.3 Planejamento para a comunicação institucional em 2026

O PCI 2026 leva em conta as necessidades das coordenações de áreas (Operacional, Administrativo e Sociais).

### 4.1.1 Levantamento de necessidades de comunicação

As demandas são subdivididas em quatro grandes grupos:

1. **Peças de Comunicação:** Diagramação de cartazes de "Procurados", cartilhas educativas, o **Anuário Disque Denúncia** e materiais para o **Prêmio Destaque**.
2. **Páginas Eletrônicas:** Reformulação de landing pages para campanhas específicas (ex: denúncias de crimes ambientais ou violência doméstica).
3. **Eventos e Premiações:** Apoio logístico e de divulgação para eventos institucionais, coletivas de imprensa sobre operações de grande impacto e workshops com lideranças comunitárias.

## 5 Considerações Finais

A implementação deste Plano de Comunicação Institucional representa o compromisso contínuo do **Instituto MovRio** em evoluir a marca **Disque Denúncia e todos os seus Programas** frente aos novos desafios da segurança pública e da era digital. Mais do que informar, o objetivo da Assessoria de Comunicação é fortalecer a cultura de cidadania e garantir que cada cidadão fluminense sintam-se seguro e motivado a colaborar com a justiça. O sucesso das estratégias aqui delineadas — da modernização visual à expansão dos canais digitais — será medido não apenas por métricas de engajamento, mas pelo fortalecimento da rede de proteção social que salva vidas diariamente. Através de uma comunicação ética, transparente e tecnicamente rigorosa, continuaremos sendo o canal entre a sociedade civil e as forças de segurança, transformando o silêncio em ação e a informação em resultados para toda a população.

## 6 Aprovação e Vigência

Este plano entra em vigor na data de sua publicação, com revisões trimestrais previstas conforme as janelas de edição estabelecidas, assegurando que a ASCOM mantenha-se ágil e responsiva às dinâmicas mutáveis da segurança e da tecnologia.

### Prováveis Janelas de Edições de 2026

- **1º trimestre:** 23 a 27 de fevereiro
- **2º trimestre:** 27 de abril a 01 de maio
- **3º trimestre:** 29 de junho a 03 de julho
- **4º trimestre:** 28 de setembro a 02 de outubro

Rio de Janeiro, 05 de Janeiro de 2026. Assessoria de Comunicação Social Instituto MovRio / Disque Denúncia

# Plano de 2026-2030 Comunicação



**DISQUE DENÚNCIA**  
**2253 1177**

**RIO DE JANEIRO - RJ**

**Instituto MovRio**

Av. Calógeras, 15/809

Centro, Rio de Janeiro, Cep 20030 070 - RJ

[movrio.org.br](http://movrio.org.br) | [disquedenuncia.org.br](http://disquedenuncia.org.br)

**INSTITUTO**  
**MOVRIIO**