



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR
ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA “MARCA PMPR”

INSTAGRAM: AN EFFECTIVE WAY TO PROMOTE THE “PMPR BRAND”

INSTAGRAM: UNA FORMA EFECTIVA DE DIFUNDIR LA “MARCA PMPR”

Pedro Henrique da Cruz Hahn¹

e5105871

<https://doi.org/10.47820/recima21.v5i10.5871>

PUBLICADO: 10/2024

RESUMO

O presente artigo busca realizar um aprofundamento teórico verificando como a rede social *Instagram*, por meio de seus *insights* — análise de dados que fornece o desempenho da conta —, pode se tornar uma ferramenta essencial para atrair o público que acompanha as notícias Institucionais e, conseqüentemente, auxiliar para que haja uma maior divulgação de resultados, ações operacionais e comunitárias realizadas pela Polícia Militar do Paraná (PMPR). Deste modo, estudando a realidade dos seguidores, principalmente quanto aos tipos de assuntos que mais prendem suas atenções, a PMPR e suas Unidades subordinadas conseguirão melhorar o engajamento e visibilidade das suas mídias, tendo *feedbacks* em tempo real. Em outras palavras, é possível selecionar qual tipo de divulgação desperta maior interesse nos internautas, em cada conta vinculada à Instituição, para que seja aumentada exponencialmente a boa imagem da Polícia Militar do Paraná.

PALAVRAS-CHAVE: Polícia Militar do Paraná. Ações Operacionais e Comunitárias. Rede Social. Instagram. Insights. Análise de Dados.

ABSTRACT

The present article aims to provide a theoretical deepening by examining how the social network Instagram, through its insights — data analysis that reveals account performance — can become an essential tool for attracting an audience that follows institutional news. Consequently, it can help enhance the dissemination of results, operational actions, and community initiatives carried out by the Military Police of Paraná (PMPR). By studying the reality of their followers, particularly regarding the topics that capture their attention the most, the PMPR and its subordinate units will be able to improve engagement and visibility of their media, receiving real-time feedback. In other words, it is possible to identify which type of outreach generates greater interest among internet users for each account linked to the institution, thereby exponentially enhancing the positive image of the Military Police of Paraná.

KEYWORDS: Military Police of Paraná. Operational and Community Actions. Social Network. Instagram. Insights. Data Analysis.

RESUMEN

El presente artículo busca realizar un aprofundamiento teórico verificando cómo la red social Instagram, a través de sus insights — análisis de datos que proporciona el rendimiento de la cuenta —, puede convertirse en una herramienta esencial para atraer al público que sigue las noticias institucionales y, en consecuencia, ayudar a que haya una mayor difusión de resultados, acciones operativas y comunitarias realizadas por la Policía Militar de Paraná (PMPR). De este modo, al estudiar la realidad de los seguidores, principalmente en cuanto a los tipos de temas que más captan su atención, la PMPR y sus Unidades subordinadas podrán mejorar el engagement y la visibilidad de sus medios, recibiendo retroalimentación en tiempo real. En otras palabras, es posible seleccionar qué tipo de divulgación despierta mayor interés entre los internautas en cada cuenta vinculada a la Institución, para aumentar exponencialmente la buena imagen de la Policía Militar de Paraná.

PALABRAS CLAVE: Policía Militar de Paraná. Acciones Operacionales y Comunitarias. Red Social. Instagram. Insights. Análisis de Datos.

¹ Polícia Militar do Paraná - PMPR.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA "MARCA PMPR"
Pedro Henrique da Cruz Hahn

INTRODUÇÃO

A comunicação, ao longo das últimas décadas, tem sofrido transformações profundas impulsionadas pelas novas tecnologias, redes sociais e uma vasta gama de ferramentas de interação digital. Essas mudanças não apenas alteraram a maneira como nos conectamos e trocamos informações, mas também redefiniram a forma como as notícias são divulgadas, alcançando uma audiência global em tempo real.

Com o avanço das tecnologias digitais, a disseminação de informações, especialmente por meio de imagens e vídeos, tornou-se extremamente ágil e acessível. No ambiente interno, essa facilidade de comunicação melhora a fluidez de informações entre equipes e departamentos. Já no âmbito externo, empresas e instituições têm explorado as redes sociais e outras plataformas digitais para estreitar os laços com o público, cada vez mais em um ambiente *online*. Esse fenômeno reflete uma tendência crescente de interação digital que, nos dias de hoje, domina a dinâmica de comunicação entre empresas e consumidores.

Deste modo, as redes sociais, como poderosos canais de comunicação, oferecem uma infinidade de oportunidades para as organizações se conectarem com seu público-alvo, promoverem suas marcas, produtos e serviços. No entanto, para que os benefícios dessas plataformas sejam plenamente aproveitados, é essencial que as estratégias de comunicação adotadas sejam sólidas, consistentes e adaptadas ao comportamento digital dos públicos específicos. As ações de comunicação devem, portanto, considerar as plataformas e formatos preferidos pelo público-alvo, uma vez que a conectividade e o uso de dispositivos eletrônicos nunca foram tão intensos.

A comunicação digital busca utilizar ferramentas, sistemas e tecnologias digitais para acelerar e melhorar o processo de comunicação integrada das empresas (Frota, 2011, p. 12).

Neste cenário, a forma como a Polícia Militar do Paraná (PMPR) se apresenta à sociedade, especialmente nas redes sociais, precisa ser analisada e compreendida como um verdadeiro produto de comunicação institucional. Embora não seja possível "vender" a imagem da Polícia como se fosse um bem de consumo, é possível evidenciar à população a importância e os benefícios das ações policiais no cotidiano das comunidades. Assim, a divulgação das ações e da imagem institucional da PMPR se torna uma estratégia de engajamento e aproximação, fundamental para a construção de uma relação de confiança mútua com a sociedade.

Este estudo busca entender de que maneira as publicações realizadas pela PMPR, especialmente por meio da plataforma *Instagram*, podem influenciar a percepção da sociedade sobre o trabalho da Polícia Militar. O foco está em identificar quais tipos de conteúdo – sejam notícias, imagens, vídeos ou interações – geram maior engajamento, conforme os *insights* fornecidos pela própria plataforma. O objetivo é compreender as preferências do público e analisar o que pode ser



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA "MARCA PMPR"
Pedro Henrique da Cruz Hahn

mais eficaz na construção de uma imagem positiva da PMPR, alinhada à sua missão de segurança e proximidade com a comunidade.

Para alcançar esses objetivos, o presente artigo foi estruturado como uma pesquisa exploratória, baseada em revisão bibliográfica de estudos previamente publicados, acessados através de plataformas como o *Google Acadêmico* e fontes digitais especializadas. Além disso, foi realizada uma análise detalhada dos dados de engajamento disponíveis na conta oficial do *Instagram* da 5ª Companhia Independente de Polícia Militar de Cianorte (@5cipm.pmpr), com a finalidade de extrair *insights* importantes sobre os tipos de publicações que mais contribuem para a aproximação entre a Polícia e a população. A partir disso, é possível propor recomendações para otimizar a comunicação institucional da PMPR, tornando-a mais eficaz e estratégica no cenário digital contemporâneo.

1. O INSTAGRAM NO BRASIL

Na era digital em que estamos imersos, poucas redes sociais se destacam tanto quanto o *Instagram*. Criado em 2010, por Kevin Systrom e Mike Krieger, foi lançado oficialmente no Brasil em 2012 e, desde então, experimentou um crescimento exponencial.

De acordo com o *DataReportal "Digital 2024: Brazil"*, a população brasileira era de 217 milhões em janeiro de 2024 e, dados publicados pelas ferramentas de publicidade do *Meta* revelam que o *Instagram* já contava com 134,6 milhões de usuários no país no início deste ano. Isso significa que mais da metade da população brasileira está conectada a essa plataforma, consolidando a rede como um dos meios de comunicação mais poderosos e acessíveis.

Dentro desse ecossistema digital, o *Instagram* oferece uma ampla gama de ferramentas para empresas e instituições divulgarem seus produtos e serviços, atingindo públicos de diversas partes do mundo. Com o uso de recursos como *Stories*, *Reels*, *posts* patrocinados e interações em tempo real, qualquer conteúdo tem o potencial de alcançar uma audiência global em questão de minutos.

Ainda, a velocidade e a natureza viral da plataforma fazem com que um vídeo ou imagem possam se espalhar rapidamente, alcançando milhares, ou até milhões, de usuários, mesmo daqueles que ainda não seguiam a conta original. Esse fenômeno de "viralização" é uma das características mais marcantes do *Instagram*, possibilitando que pequenas empresas ou indivíduos ganhem grande visibilidade sem precisar de investimentos absurdamente caros. Além disso, a plataforma permite uma interação direta com os usuários, o que contribui para a construção de uma relação mais próxima e personalizada.

Entretanto, essa velocidade de propagação também impõe desafios significativos. A informação na internet é altamente volátil e a atenção do público é cada vez mais dispersa. Isso exige que as notícias e atualizações sejam postadas em tempo real, com uma constante adaptação à dinâmica de consumo da informação.

Deste modo, no contexto do *Instagram*, informações defasadas rapidamente perdem relevância, uma vez que o público está constantemente em busca de novidades. Assim, para manter



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA "MARCA PMPR"
Pedro Henrique da Cruz Hahn

o engajamento, é crucial que as publicações sejam não apenas atualizadas, mas também envolventes e capazes de captar a atenção de uma audiência que navega de maneira ágil e fluida pelos conteúdos.

2. O USO DO *INSTAGRAM* PELA POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ

A Polícia Militar do Paraná (PMPR) deve formular estratégias e acompanhar as contínuas evoluções tecnológicas e sociais, adaptando-se às novas formas de interação e comunicação com a comunidade. Como bem afirma Marangoni (2019, p. 3), "as ações precisam ser coordenadas, é preciso ter uma visão sistêmica, um olhar sobre o todo para escolher quais delas serão aplicadas, já que os cenários são bem mais complexos do que se imagina e ampliam o que hoje conhecemos como marketing (...)".

Aplicando essa perspectiva ao contexto da PMPR, podemos afirmar que, assim como grandes empresas necessitam do *marketing* digital para fortalecer sua marca e ampliar seu alcance, a Polícia Militar do Paraná também deve utilizar essas estratégias para consolidar sua imagem institucional e, assim, aumentar a sensação de segurança da sociedade, conforme orientado pelo próprio Manual de Comunicação Social, "a comunicação deve fazer parte de todas as estratégias e processos de gestão da corporação, contribuindo para a disseminação e o fortalecimento da imagem institucional perante a sociedade".

Nesse contexto, o *Instagram* emerge como ferramenta poderosa para estreitar esse vínculo. Para isso, o uso para divulgar as ações da PMPR precisa ser feito de maneira estratégica, destacando aspectos essenciais da atividade policial, como treinamentos específicos, operações de cumprimento de mandados de prisão, dicas de segurança e outras ações relevantes para o bem-estar da comunidade. Ao compartilhar essas informações de maneira coordenada, a PMPR não só reforça sua presença nas redes sociais, mas também cumpre seu papel Constitucional.

Além de aproximar a comunidade da Polícia Militar, o *Instagram* deve ser visto como um instrumento fundamental para a prevenção de delitos, que é a missão primordial da Polícia Ostensiva. A boa divulgação de informações úteis e ações de segurança pode, efetivamente, contribuir para a diminuição de crimes, o que é uma expectativa legítima da população.

Quando a PMPR investe estrategicamente em campanhas de conscientização, ações educativas e na manutenção de uma presença constante na sociedade, não apenas se previne o cometimento de infrações penais, mas também melhora a confiabilidade perante a população.

Corroborando com o exposto, a PMPR deve inserir a ostensividade nas redes sociais, não se limitando apenas ao policiamento tradicional. No mundo atual, em que as pessoas estão permanentemente conectadas, buscando informações e notícias através da internet, essas plataformas se tornam um meio eficaz de demonstrar a preservação da ordem pública, alcançando um vasto público em tempo real, não apenas no âmbito local, mas também global.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA “MARCA PMPR”
Pedro Henrique da Cruz Hahn

Dessa forma, a PMPR tem a oportunidade de expandir sua presença e reforçar a sensação de segurança e confiança, através da utilização estratégica das ferramentas digitais, especialmente o *Instagram*.

2.1 Seções responsáveis pela comunicação social da PMPR

Com o objetivo de fortalecer e enaltecer a marca PMPR, a Corporação conta com uma seção de Estado-Maior que desempenha um papel fundamental nesse processo.

A Seção de Comunicação Social, denominada PM/5, exerce uma função central, com a responsabilidade de planejar, coordenar e normatizar as atividades comunicacionais da Polícia Militar, além de assessorar diretamente o Comandante-Geral em assuntos relacionados à interação com a comunidade. Sua missão inclui, ainda, o desenvolvimento de campanhas institucionais voltadas tanto ao público interno quanto externo, sempre com o intuito de fortalecer a imagem e o relacionamento da Instituição com a sociedade.

Cada Organização Policial Militar (OPM), seja Batalhão, Companhia Independente ou Unidade Especializada, possui sua própria seção P/5, subordinada às diretrizes/normativas estabelecidas pela PM/5 e com objetivo de assessorar o Comandante imediato. Essas seções são responsáveis por gerenciar a comunicação da Unidade, atuando em situações que envolvem a repercussão pública da Polícia Militar e garantindo a uniformidade das ações de comunicação.

A disseminação de conteúdos que promovem e enaltecem a imagem da PMPR é uma responsabilidade crucial dentro dessa estrutura. Em função disso, todas as Unidades da Polícia Militar do Paraná possuem contas oficiais no *Instagram*, com destaque para a Oficial da PMPR, que ultrapassa a marca de 136 mil seguidores. Essa grande audiência abrange não apenas cidades do Paraná, mas também alcança públicos de diversas regiões do Brasil.

Esse canal de comunicação digital se tornou uma ferramenta estratégica de aproximação com a sociedade, permitindo que a Polícia Militar compartilhe suas ações, campanhas e informações relevantes de maneira ágil e direta, fortalecendo a relação de confiança com a população.

2.2 O uso das redes sociais pelos militares estaduais

É importante destacar que, além das seções mencionadas, todos os militares estaduais têm o dever de manter a boa imagem da Corporação, inclusive em suas contas privadas. Isso se reflete de diversas maneiras, conforme estabelecido no Código da Polícia Militar. Entre os deveres descritos, destacam-se os seguintes:

“Artigo 102. São deveres do militar: alíneas **b**) exercer, com dignidade e eficiência, as funções que lhes forem atribuídas; e **g**) ser discreto em suas atividades e maneiras e abster-se de, em público, fazer comentários ou referir-se a assunto técnico, de serviço ou disciplinar, seja ou não de caráter sigiloso.”

Além disso, o Manual de Comunicação Social reforça que o militar estadual é um disseminador de comunicação, devendo manter conduta exemplar, postura adequada, apresentação



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA “MARCA PMPR”
Pedro Henrique da Cruz Hahn

peçoal e um atendimento marcado por urbanidade, respeito e educação com a população. Como servidores públicos, é nossa obrigação seguir esses princípios.

Nesse contexto, há orientações claras sobre o uso responsável das mídias sociais, redes sociais e aplicativos de mensagens pelos policiais militares, conforme a Portaria do Comando-Geral nº 1220, de 14 de dezembro de 2022. Essa normativa estabelece condutas proibidas para os militares estaduais no uso de tecnologias, incluindo, no Artigo 5º, inciso II, a proibição de criar perfis pessoais para divulgar, compartilhar ou exibir atividades relacionadas à segurança pública.

Em resumo, a divulgação de informações sobre a Polícia Militar do Paraná (PMPR) só pode ser feita pelos policiais com autorização expressa da Seção de Comunicação Social da sua OPM. Apenas as seções P/5 e PM/5 têm a responsabilidade e autorização formal para divulgar a marca PMPR.

Esse controle é essencial, pois, com o aumento do uso das mídias sociais, alguns policiais passaram a realizar exposições imprudentes, incluindo vídeos sobre a rotina policial.

2.3 Vantagens do *instagram* para a PMPR

O *Instagram* se destaca como uma excelente ferramenta para divulgar a marca PMPR, sendo uma das redes sociais mais populares em todo o mundo. A manutenção de uma página oficial da Unidade é relativamente econômica — com apenas um militar estadual capacitado e criativo, munido de um *smartphone* e acesso à internet, é possível realizar publicações diversificadas que alcançam um grande número de cidadãos.

Além disso, há vários programas gratuitos para edição de imagens e vídeos que auxiliam na produção de materiais, mas muitos não oferecem ferramentas avançadas para produções de alta qualidade. No entanto, o baixo custo de alguns aplicativos, como por exemplo o *CapCut*, que custava, na data de desenvolvimento desta pesquisa, cerca de R\$ 32,90 por mês, apresenta uma solução acessível e eficiente. Esse tipo de ferramenta permite aprimorar o conteúdo, tornando-o mais atraente para os seguidores.

Abaixo seguem algumas das principais razões pelas quais o *Instagram* é importante para a divulgação da Corporação:

1. Alcance Global: As redes sociais permitem que as empresas atinjam um público de forma instantânea, ultrapassando as fronteiras.
2. Engajamento: As redes sociais permitem uma interação direta e em tempo real entre as pessoas, melhorando a fidelidade à marca.
3. Visibilidade da Marca: A presença das empresas em redes sociais permite que a marca seja visualizada de forma mais prática e rápida, tornando-a mais lembrada pelos consumidores.
4. *Feedback* em Tempo Real: As mídias sociais fornecem um canal direto para receber opiniões dos clientes de forma quase que instantânea, permitindo uma interação mais eficiente entre cliente e empresa.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA "MARCA PMPR"
Pedro Henrique da Cruz Hahn

5. Marketing de Conteúdo: As plataformas digitais permitem o compartilhamento de conteúdo relevante, construindo um aumento da visibilidade dos produtos.
6. Viralização: as publicações interessantes ou compartilháveis podem se espalhar rapidamente, aumentando o alcance da empresa de maneira exponencial.
7. Baixo Custo: A divulgação através das redes sociais é geralmente mais econômica, permitindo que empresas de todos os ramos alcance o público com seus conteúdos.
8. Acompanhamento de Métricas: As redes sociais oferecem métricas detalhadas que permitem a medição do desempenho de suas campanhas, para entender e aplicar estratégias para atingir o público desejado.
9. Competitividade: Atualmente, a presença nas redes sociais é esperada pelos consumidores. Empresas que não participam podem parecer desatualizadas ou pouco confiáveis.

É importante frisar também que o *Instagram* permite ações voltadas para a Polícia Comunitária, promovendo interações diretas com o público. Exemplos incluem casos em que usuários solicitam visitas de equipes policiais para atender pedidos de crianças que admiram a profissão, ou ainda a presença da Patrulha Rural Comunitária para instalar placas de monitoramento, como viram em postagens publicadas pela Unidade.

3. ANÁLISE DOS CONTEÚDOS PRODUZIDOS NA 5ª CIPM/PMPR

A 5ª Companhia Independente de Polícia Militar, com base em Cianorte, foi criada em 9 de abril de 2014, sendo responsável pelo policiamento ostensivo de sua cidade sede e outros seis municípios da região Noroeste: Jussara, Terra Boa, São Manoel do Paraná, Indianópolis, São Tomé e Japurá, totalizando uma população de cerca de 130.000 (cento e trinta) mil habitantes.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA “MARCA PMPR”
Pedro Henrique da Cruz Hahn

Em 2019, foi criada a página da Unidade no *Instagram* (<https://www.instagram.com/5cipm.pmpr/>) que na data de realização da pesquisa, contava com 7.407 (sete mil, quatrocentos e sete seguidores), sendo que nos últimos 30 (trinta) dias — de 3 de setembro a 2 de outubro — segundo a ferramenta de visualizações do próprio *Instagram*, obteve 204.026 (duzentos e quatro mil e vinte e seis) visualizações. Já nos últimos 90 (noventa) dias — de 5 de julho a 2 de outubro — a página alcançou 615.984 (seiscentos e quinze, novecentos e oitenta e quatro) mil visualizações, sendo 52,2% das visualizações em *Stories*, 39,7% em *Reels* e apenas 8,2% em publicações, conforme figuras abaixo:



Figura 1 – Alcance dos últimos 30 dias



Figura 2 – Alcance dos últimos 90 dias



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA “MARCA PMPR”
Pedro Henrique da Cruz Hahn

Importante evidenciar as diferenças de *Reels* e *Stories* no *Instagram*, pois cada um tem um formato e uma destinação:

Reels:

Duração: Os *Reels* podem ter até 90 segundos, oferecendo mais tempo para se expressar.

Objetivo: O foco aqui é entreter e alcançar novos públicos. Eles são ótimos para conteúdos criativos e virais, como vídeos com efeitos, músicas e tendências.

Exibição: Você pode compartilhar os *Reels* no seu perfil, mas eles também aparecem no *Feed* de Exploração do *Instagram*. Isso significa que têm uma chance maior de serem vistos por pessoas que ainda não te seguem.

Ferramentas: A plataforma oferece uma variedade de efeitos, músicas e transições que ajudam a criar vídeos dinâmicos e envolventes.

Interatividade: Os *Reels* permitem comentários, curtidas e compartilhamentos, o que ajuda a aumentar a interação com o público.

Stories:

Duração: Os *Stories* são vídeos ou imagens que duram até 15 segundos cada, mas você pode postar vários para contar uma história completa.

Objetivo: Eles são mais informais e espontâneos, ideais para compartilhar bastidores, atualizações rápidas e interagir com seus seguidores através de enquetes e perguntas.

Exibição: Os *Stories* aparecem na parte de cima do *feed* dos seus seguidores e desaparecem após 24 horas.

Ferramentas: Você pode usar enquetes, perguntas, *stickers* e até adicionar texto, filtros e desenhos para deixar tudo mais divertido.

Interatividade: A interação nos *Stories* vem das ferramentas que permitem que seus seguidores respondam ou participem diretamente, tornando a comunicação mais dinâmica.

Em outras palavras, os *Reels* são mais longos, criativos e focados em alcançar novos públicos com conteúdo viral. Já os *Stories* são mais curtos, efêmeros e voltados para atualizações rápidas, com mais interação direta com seguidores. Ressalta-se que cada um tem a sua finalidade e importância estratégica.

Com tais dados conseguimos analisar que os *Reels*, que foi lançado pelo *Instagram* em 2019, são uma forma inteligente, prática e rápida de viralizar conteúdos pertinentes ao policiamento das mais diversas formas, além de atrair novos públicos.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA “MARCA PMPR”
Pedro Henrique da Cruz Hahn

Conforme Jéssica Simeão Carneiro da Silva e Luiz Fernando Bittencourt Silva, capitães da PMPR e atuantes na PM/5, podemos concluir que esse tipo de conteúdo é o que mais prende atenção das pessoas atualmente, senão, vejamos:

“Vale ressaltar que cada publicação no Instagram, especialmente os *reels*, geram pelo menos 20 mil visualizações, o que evidencia o interesse e engajamento do público com o conteúdo compartilhado pela instituição. Essas postagens desempenham um papel fundamental no alcance da comunidade, permitindo que a Polícia Militar se comunique diretamente com um grande número de pessoas, dissemine informações relevantes, promova campanhas de conscientização e estabeleça uma conexão mais próxima com a sociedade.”

Assim, para uma melhor didática, serão feitas algumas análises dos *insights* de vídeos postados nos *Reels* do *Instagram* da 5ª CIPM:



Figura 3 – Treinamento de “Choque Ligeiro”



Figura 4 – Insights do Vídeo de “Choque Ligeiro”



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA “MARCA PMPR”
Pedro Henrique da Cruz Hahn

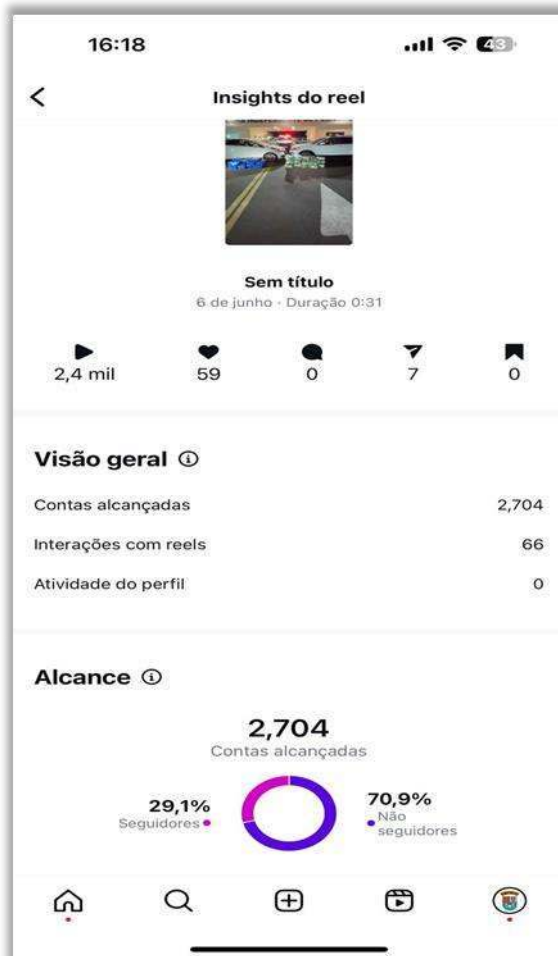


Figura 5 – Grande apreensão de drogas.

Figura 6 – Insights da apreensão de drogas.

Podemos perceber que o vídeo das Figuras 3 e 4 — trazem imagens realizadas em uma instrução de “Choque Ligeiro” com as equipes, conforme [link: https://www.instagram.com/reel/C85CL1WOek9/?igsh=ZmRzMThvYzNkeGlm](https://www.instagram.com/reel/C85CL1WOek9/?igsh=ZmRzMThvYzNkeGlm) — foi visto 13 (treze) mil vezes e alcançou 6.799 (seis mil e setecentos e noventa e nove) contas, enquanto que o vídeo das Figuras 5 e 6 — que contém imagens de duas apreensões distintas de mais de 500 (quinhentos) quilos de substância análoga a maconha, o que é uma quantidade expressiva para a realidade da região, conforme [link: https://www.instagram.com/reel/C74fzPNUO2g/?igsh=NXdtMWY3d2g5dDkw](https://www.instagram.com/reel/C74fzPNUO2g/?igsh=NXdtMWY3d2g5dDkw) — teve apenas 2.400 (duas mil e quatrocentas) visualizações.

Durante a análise do perfil da 5ª CIPM no *Instagram*, ainda observamos que vídeos que possuem conteúdo em que apareçam os policiais e seus semoventes da Equipe de Operações com Cães (Figura 7, [link: https://www.instagram.com/reel/C-TZKEES7Mk/?igsh=emNtc2M3aGU5ZHVq](https://www.instagram.com/reel/C-TZKEES7Mk/?igsh=emNtc2M3aGU5ZHVq)) têm um número muito mais abrangente de visualizações do que um vídeo sobre as principais



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA “MARCA PMPR”
Pedro Henrique da Cruz Hahn

ocorrências do final de semana, o qual engloba os atendimentos mais relevantes que ocorreram no período (Figura 8, [link: https://www.instagram.com/reel/C_sypQru0jP/?igsh=MTllcHpqenhmeDZw](https://www.instagram.com/reel/C_sypQru0jP/?igsh=MTllcHpqenhmeDZw)):

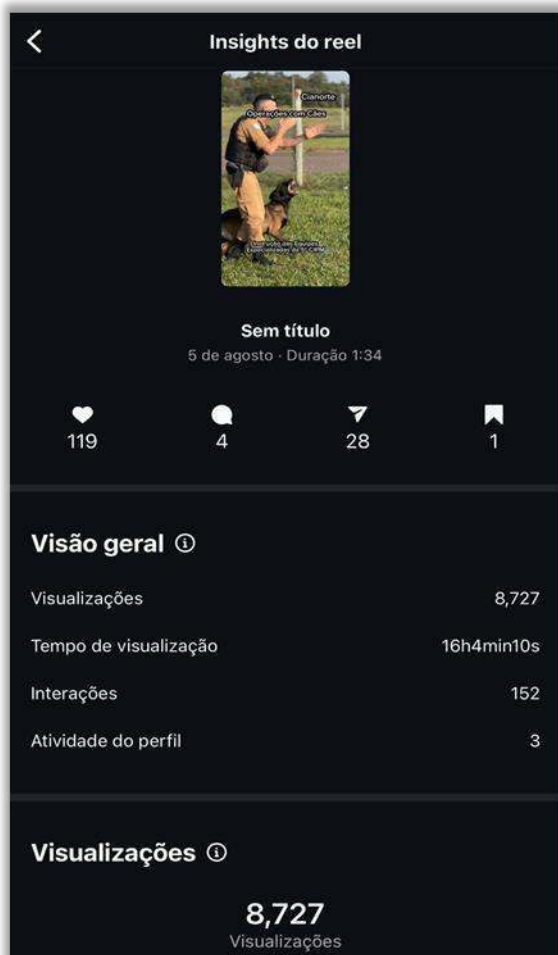


Figura 7 – Treinamento de Operações com Cães.

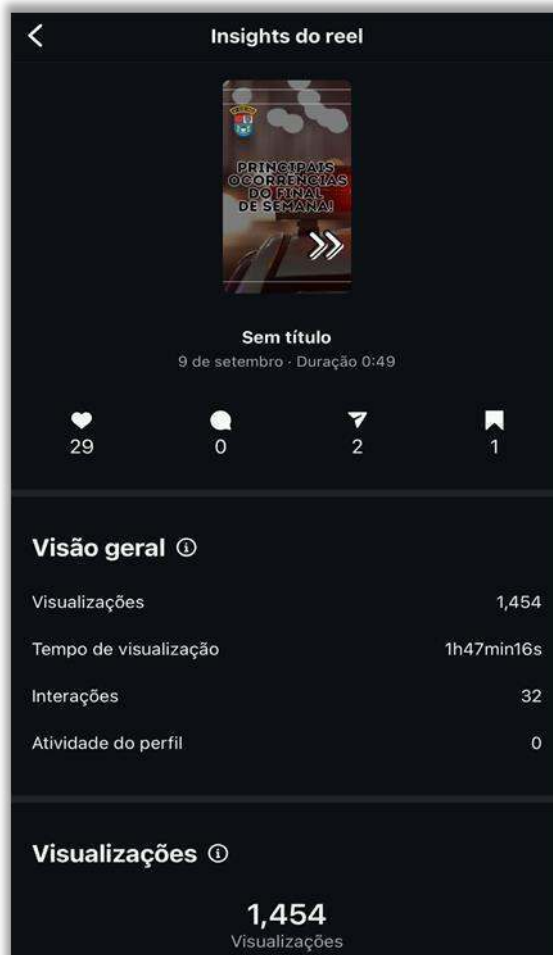


Figura 8 – Principais ocorrências do final de semana.

Além dos *Reels*, para fins de comparação de conteúdo, foi feita uma análise no *Feed* da página (página principal do perfil), entre uma ação de Policiamento de Proximidade, neste caso a visita num aniversário infantil (Figura 9, [link: https://www.instagram.com/p/C7ouqdcO6dY/?igsh=dmpycWFibmlpNDNp](https://www.instagram.com/p/C7ouqdcO6dY/?igsh=dmpycWFibmlpNDNp)); e uma publicação de apreensão de arma de fogo do tipo pistola (Figura 10, [link: https://www.instagram.com/p/CvYbwq7uMtH/?igsh=MW9ydHBoZWlmdHY2cQ](https://www.instagram.com/p/CvYbwq7uMtH/?igsh=MW9ydHBoZWlmdHY2cQ)) para verificarmos a diferença entre o número de pessoas que conseguimos alcançar:



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA “MARCA PMPR”
Pedro Henrique da Cruz Hahn



Figura 9 – Policiais numa festa de aniversário infantil.



Figura 10 – Apreensão de Arma de Fogo.

Deste modo, analisando os dados obtidos no *Instagram* da 5ª Companhia Independente de Polícia Militar de Cianorte, podemos concluir que os conteúdos que mais geram engajamento dos seguidores são aqueles em que temos: instruções policiais (tiro de arma de fogo, abordagem, Choque Ligeiro, dentre outros); treinamentos com a Equipe de Operações com Cães; além de ações de Policiamento de Proximidade, demonstradas através da interação dos Policiais Militares com as crianças e a população em geral. Por outro lado, ao contrário do que a maioria dos militares imaginam, dificilmente vídeos/fotos de apreensões de drogas ou armas alcançam tantas visualizações.

Assim, nos parece, a partir desses dados coletados, que a população tem curiosidade de saber como são os treinamentos, como os policiais se preparam para a atividade-fim e como interagem com a população na busca da prevenção, ao passo que não gera tanto interesse o resultado “repressivo” propriamente dito.



4. CONSIDERAÇÕES

A conclusão do estudo demonstra a relevância da estratégia de comunicação adotada pelo Comandante, com o apoio de sua P/5, para maximizar o engajamento do *Instagram* da OPM e ampliar o alcance das ações da Polícia Militar. A produção de materiais, especialmente por meio dos *Reels*, mostrou-se um caminho eficaz para atrair novos seguidores e ampliar a visibilidade das iniciativas da PM.

No entanto, para que isso seja sustentável, é fundamental que o uso do *Instagram* seja constantemente analisado, com foco na identificação de temas que despertem maior interesse do público-alvo, adaptando os conteúdos às preferências e necessidades da comunidade. Isto porque, na maioria das vezes, os policiais militares podem acreditar que ocorrências de vulto, como apreensões de drogas ou armas, resultam em um engajamento significativo, porém, os dados apresentados neste estudo evidenciam que conteúdos mais interativos, como instruções e ações diretas com a população, possuem um impacto muito mais expressivo na construção de uma relação de confiança e no aumento da adesão ao trabalho policial.

Neste contexto, é essencial que cada Unidade da PMPR, levando em consideração as especificidades culturais e sociais de sua área de atuação, realize um estudo constante dos *insights* de seu *Instagram*, a fim de ajustar suas estratégias de comunicação para otimizar os resultados.

Ainda, é importante ressaltar que embora conteúdos relacionados a apreensões e orientações de segurança não tenham mostrado, na análise da 5ª CIPM, grande alcance ou número elevado de visualizações, não se pode subestimar sua importância. Esses conteúdos continuam sendo fundamentais para a atuação preventiva e a conscientização da comunidade. É justamente o equilíbrio entre diferentes tipos de conteúdo, como aqueles mais voltados para o engajamento (*Reels*) e aqueles mais informativos e preventivos, que possibilita um alcance maior e uma atuação mais dinâmica da Polícia Militar.

Na 5ª Companhia Independente de Polícia Militar, por exemplo, que já faz este tipo de emprego direcionado das mídias, o *Instagram* vem atingindo uma média de mais de 200.000 (duzentos mil) pessoas por mês. Se considerarmos que a população atendida pela referida Unidade é de 130.000 (cento e trinta mil) pessoas, podemos afirmar que a estratégia de divulgação adotada está surtindo efeito positivo.

Assim, é necessário que o *Instagram*, enquanto ferramenta estratégica de comunicação das Unidades da PMPR, seja utilizado de forma planejada e adaptada às mudanças no comportamento digital do público, sendo tal fato coordenado e instituído pela PM/5, que poderá ter um parâmetro de todo o Estado do Paraná.

Por fim, a análise constante dos resultados, por meio das ferramentas de *insights* da plataforma, permitirá que a PMPR refine suas estratégias de alcance de forma mais precisa. Deste modo, a combinação de conteúdos que atraiam a atenção e de ações voltadas para a conscientização pública contribuirão para uma atuação policial de qualidade, integrada e próxima da comunidade.



RECIMA21 - REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR ISSN 2675-6218

INSTAGRAM: UMA MANEIRA EFETIVA NA DIVULGAÇÃO DA "MARCA PMPR"
Pedro Henrique da Cruz Hahn

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 9 set. 24.

DA SILVA, Jéssica Simeão Carneiro; SILVA, Luiz Fernando Bittencourt. Polícia Militar Do Paraná através Das mídias Sociais E a Sua ligação Com a Filosofia Da Polícia Comunitária. **Brazilian Journal of Development**, v. 10, n. 1, p. 2277–2293, 31 jan. 2024. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/66809>. Acesso em: 12 out. 24.

DATAREPORTAL. **Digital 2024**: Brazil. [S. l.]: Datareportal, 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso em: 6 ago. 24.

FROTA, Amanda da Silva Pucu. **As Mídias Sociais na Internet Como Um Meio De Comunicação Estratégica**. 2011. TCC (Bacharel) - Faculdade de Tecnologia Ciências e Sociais Aplicadas, Brasília, DF, 2011. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1175/2/20881918.pdf>. Acesso em: 12 out. 24.

INVESTNEWS. A rápida ascensão do Instagram a 'indústria' de cliques e celebridades. **Investnews.com.br.**, 2024. Disponível em: <https://investnews.com.br/negocios/historia-do-instagram/#:~:text=A%20rede%20chegou%20ao%20pa%C3%ADs,atr%C3%A1s%20apenas%20dos%20Estados%20Unidos>. Acesso em: 5 set. 24.

PARANÁ. **Decreto Estadual nº 7339, de 08 de junho de 2010**. Aprova o Regulamento Interno e dos Serviços Gerais da Polícia Militar do Estado do Paraná (RISG/PMPR). 08 jun. 2010. Disponível em: <https://www.legislacao.pr.gov.br/legislacao/pesquisarAto.do?action=exibir&codAto=56657&indice=1&otalRegistros=1&dt=23.10.2018.15.35.45.527>. Acesso em: 12 out. 24.

PARANÁ. **Lei estadual nº 1943, de 23 de junho de 1954**. Código da Polícia Militar do Paraná. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del1001.htm. Acesso em: 24 set. 24.

PARANÁ. PMPR. **Planejamento Estratégico 2022 - 2035**. Curitiba: PMPR, 2022. Disponível em: https://www.pmpr.pr.gov.br/sites/default/arquivos_restritos/files/documento/202203/plano_estrategico_atualizado_v009.pdf. Acesso em: 7 set. 24.

PARANÁ. PMPR. **Portaria do Comando-Geral nº 1220, de 14 de dezembro de 2022**. Orienta quanto ao uso responsável das mídias ou redes sociais e aplicativos mensageiros pelos militares estaduais, e dá outras providências. Curitiba, PR: PMPR, 2022.

PARANÁ. PMPR. **Portaria do Comando-Geral nº 525, de 27 de maio de 2024**. Manual de Comunicação Social da Polícia Militar do Paraná. Curitiba, PR: PMPR, 2024.

SCHIAVINI, Janaína Mortari; MARANGONI, Elaine. **Marketing digital e sustentável**. Porto Alegre: Sagah, 2019.

TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital**: tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009.