REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

QUANDO A FARDA ENFRENTA O FEED: A IMAGEM DA PMPR SOB O IMPACTO DAS REDES SOCIAIS E DA DESINFORMAÇÃO

WHEN THE UNIFORM FACES THE FEED: THE IMAGE OF PARANÁ'S MILITARY POLICE UNDER THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA AND DISINFORMATION

CUANDO EL UNIFORME SE ENFRENTA AL FEED: LA IMAGEN DE LA POLICÍA MILITAR DE PARANÁ BAJO EL IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES Y LA DESINFORMACIÓN

Rafael Mendes Dambros[1]

e666561
https://doi.org/10.47820/recima21.v6i6.6561

PUBLICADO: 6/2025

RESUMO

As redes sociais se tornaram uma importante ferramenta de formação da opinião pública contemporânea, influenciando diretamente a percepção da sociedade sobre instituições públicas como a Polícia Militar do Paraná (PMPR). Este artigo analisa o impacto dessas plataformas digitais na formação da imagem da PMPR, considerando os desafios e as oportunidades apresentados por esse novo cenário de comunicação. Devido à rapidez e ao alcance das ações policiais – tanto positivas quanto negativas – elas rapidamente transcendem o espaço físico dos incidentes, tornando-se objeto de julgamentos coletivos, muitas vezes baseados em fragmentos audiovisuais descontextualizados. A análise inclui casos específicos que tiveram ampla repercussão nas redes sociais, mostrando como a imagem de uma corporação pode ser fortalecida por ações de proximidade e solidariedade, mas também pode ser fragilizada por episódios polêmicos, interpretações equivocadas ou uso excessivo da força. Além disso, o papel da imprensa e dos influenciadores digitais na amplificação dessas narrativas é inegável. O artigo também discute o impacto das atividades de mídia social da PMPR, tanto no combate à desinformação e às notícias falsas quanto no destaque de atividades organizadas que fortalecem a transparência, a cidadania e os laços comunitários. Por fim, aborda a questão das comunicações fechadas em tempos de ameaças, como gerenciamento de crises, treinamento de agentes e os limites entre responsabilidade individual e corporativa. Concluindo, cabe afirmar que as mídias sociais, se utilizadas corretamente, podem ser uma ferramenta importante para comunicação com o público e fortalecimento da legitimidade institucional dos policiais militares.

PALAVRAS-CHAVE: Redes sociais. Polícia Militar do Paraná. Opinião pública. Fake News. Imagem institucional.

ABSTRACT

Social media has become a central tool in shaping contemporary public opinion, directly influencing how society perceives public institutions such as the Paraná Military Police (PMPR). This article investigates the impact of digital platforms on the construction of PMPR's image, considering both the challenges and opportunities brought by this new communicational context. Given the speed and reach of online content, police actions—whether positive or negative—quickly surpass the physical space of events and become the subject of collective judgment, often based on decontextualized audiovisual fragments. The study analyzes real-life cases that gained wide repercussion on social media, showing how the image of the corporation can be strengthened by

[1] Engenheiro de computação pela UEPG, Oficial da Polícia Militar do Paraná pela Academia Policial Militar do Guatupê, Especialista em Policiamento Comunitário pela PMPR, Especialista em Gestão de Trânsito e Mobilidade Urbana pela Unicesumar, Especialista em Gestão Pública pela Unina, Especialista em Inteligência Polícia e Penitenciária pela Unina, Especialista em Análise Criminal pela Unina. Paraná – PR, Brasil.

acts of solidarity and community engagement, but also weakened by controversial situations, misinterpretations, or excessive use of force. Furthermore, the role of the press and digital influencers in amplifying these narratives is highlighted. The article also emphasizes the importance of PMPR's official presence on social networks, both in combating misinformation and fake news, and in promoting institutional actions that reinforce transparency, citizenship, and connection with the community. Finally, it addresses the challenges of institutional communication in times of constant exposure, such as crisis management, agent training, and balancing individual behavior with corporate responsibility. It concludes that, when used strategically, social media can serve as a powerful tool to strengthen PMPR's relationship with society and enhance its institutional legitimacy.

KEYWORDS: *Social media. Paraná Military Police. Public opinion. Fake news. Institutional image.*

RESUMEN
Las redes sociales se han convertido en una herramienta importante para la formación de la opinión pública contemporánea, influyendo directamente en la percepción de la sociedad sobre instituciones públicas como la Policía Militar de Paraná (PMPR). Este artículo analiza el impacto de estas plataformas digitales en la construcción de la imagen de la PMPR, considerando los desafíos y oportunidades que presenta este nuevo escenario comunicacional. Debido a la rapidez y al alcance de las acciones policiales —tanto positivas como negativas— estas trascienden rápidamente el espacio físico de los incidentes, convirtiéndose en objeto de juicios colectivos, muchas veces basados en fragmentos audiovisuales descontextualizados. El análisis incluye casos específicos que tuvieron amplia repercusión en las redes sociales, mostrando cómo la imagen de una corporación puede fortalecerse mediante acciones de cercanía y solidaridad, pero también debilitarse por episodios polémicos, interpretaciones erróneas o uso excesivo de la fuerza. Además, es innegable el papel de la prensa y de los influencers digitales en la amplificación de estas narrativas. El artículo también discute el impacto de las actividades de la PMPR en redes sociales, tanto en el combate a la desinformación y las noticias falsas como en la promoción de acciones organizadas que fortalecen la transparencia, la ciudadanía y los lazos comunitarios. Finalmente, aborda la cuestión de las comunicaciones cerradas en tiempos de amenazas, como la gestión de crisis, la capacitación de agentes y los límites entre la responsabilidad individual y corporativa. En conclusión, se afirma que las redes sociales, si se utilizan adecuadamente, pueden ser una herramienta importante para la comunicación con el público y el fortalecimiento de la legitimidad institucional de los policías militares.

PALABRAS CLAVE: *Redes sociales. Policía Militar de Paraná. Opinión pública. Noticias falsas. Imagen institucional.*

INTRODUÇÃO

Os sites de redes sociais mudaram radicalmente a maneira como a informação circula e a opinião pública é formada na sociedade moderna. Plataformas como Facebook, Instagram, Twitter/X e TikTok deixaram de ser apenas espaços de interações pessoais, e se tornaram arenas digitais onde debates, críticas e julgamentos sobre instituições públicas adquirem maior repercussão e visibilidade. Nesse contexto, a Polícia Militar do Paraná (PMPR), como órgão responsável pela segurança pública, se depara com uma nova dinâmica de avaliação social, por meio de algoritmos e da circulação de imagens e narrativas vira.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

O presente artigo tem como propósito analisar a influência das redes sociais na construção da imagem institucional da Polícia Militar do Paraná (PMPR), com ênfase em como conteúdos digitais — frequentemente descontextualizados ou vinculados à desinformação — impactam a percepção pública. Busca-se compreender de que maneira eventos específicos, divulgados por meio de vídeos curtos ou postagens de ampla circulação, contribuem para a formação de uma reputação corporativa positiva ou negativa. Ademais, discute-se o papel da própria PMPR na comunicação digital, investigando suas estratégias oficiais de enfrentamento às *fake news,* de aproximação com a comunidade e de humanização de suas ações.

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, fundamentada em revisão bibliográfica de autores que tratam de comunicação digital, opinião pública, segurança e imagem institucional. A análise é complementada por dados obtidos em relatórios, mídias jornalísticas e postagens em redes sociais. Com uma avaliação crítica dos desafios e das possibilidades que o ambiente digital impõe às corporações policiais, em um contexto de constante exposição e disputas narrativas.

REFERENCIAL

As mídias sociais aumentaram exponencialmente o alcance e a repercussão dos fatos, envolvendo a Polícia Militar do Paraná (PMPR), tornando cada imagem, vídeo ou declaração um vetor potencial para moldar (ou deformar) a opinião pública. Casos isolados, muitas vezes fora de contexto, ganham mais popularidade e começam a influenciar a percepção coletiva da instituição como um todo.

Um exemplo representativo dessa dinâmica ocorreu em Curitiba, quando uma foto apareceu nas redes sociais mostrando um policial usando uma máscara de palhaço, segurando um machado e parado ao lado de um jovem. A cena gerou indignação e uma forte reação pública, levando a uma investigação do Departamento de Assuntos Internos (Tribuna do Paraná, 2016). Embora a foto tenha sido retirada informalmente, seu impacto foi institucional, refletindo a dificuldade de separar o comportamento individual dos membros corporativos da imagem coletiva da PMPR.

Em outro contexto, o uso das mídias sociais por policiais militares como “influenciadores de opinião” também levanta questões sobre os limites entre a vida privada e o serviço público. Plataformas como TikTok, Instagram e *podcasts* são usadas por agentes da lei para entretenimento e promoção pessoal, muitas vezes vinculando diretamente seus discursos à sua imagem corporativa (Correia, 2024). Essa prática destaca a necessidade de regulamentações claras e diretrizes oficiais que regem as atividades dos profissionais de segurança pública digital, a fim de manter a consistência na imagem da instituição.

A repercussão da crítica generalizada à PMPR, expressa em evento acadêmico na UFPR — e posteriormente rebatida pela Câmara Municipal de Curitiba, demonstra como o ambiente

digital influencia inclusive o cenário político. A amplificação do discurso nas redes sociais levou a um pedido de rejeição dessas declarações, evidenciando o poder das redes sociais de catalisar posicionamentos oficiais e fragilizar a relação entre sociedade, instituições e forças de segurança (Câmara de Curitiba, 2023).

A UTILIZAÇÃO DAS MÍDIAS SOCIAIS PELA POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ

Nos últimos anos, a Polícia Militar do Paraná (PMPR) tem intensificado o uso das mídias sociais como ferramenta de comunicação institucional, com o objetivo de se aproximar do público e fortalecer sua imagem pública. Plataformas como Instagram, Facebook, Twitter (X) e YouTube são usadas estrategicamente para divulgar atividades operacionais, campanhas educacionais e atividades sociais. (Recuero, 2014; Silva, 2021)

Silva e Pereira, (2020) destacam que a atuação da PMPR nas redes sociais contribui significativamente para o fortalecimento da imagem da instituição, ao apresentar conteúdos que destacam valores como disciplina, respeito, comprometimento e proteção à sociedade. Por meio de vídeos, fotos e textos, a corporação busca destacar seu papel na promoção da segurança pública e na construção de relacionamentos mais transparentes com os cidadãos.

Além disso, as mídias sociais permitem um canal de comunicação mais direto com os moradores, incentivando a interação, a confiança e o envolvimento da comunidade. A realização de campanhas de informação sobre temas como violência doméstica, segurança no trânsito e combate à toxicodependência comprova o caráter educativo destes equipamentos e reforça o papel social desta instituição (Silva; Pereira, 2020).

No entanto, Barbosa (2019) aponta que é importante ressaltar a necessidade de manter um equilíbrio entre a visibilidade das atividades policiais e os princípios éticos e legais que norteiam as corporações. A utilização das redes sociais deve garantir o sigilo da investigação, a privacidade dos envolvidos no caso e a integridade das informações divulgadas, evitando sensacionalismo ou exploração política da imagem da instituição.

Dessa forma, o uso consciente e profissional dos meios digitais contribui para a modernização da comunicação policial, criando uma polícia mais próxima, acessível e comprometida com os princípios democráticos.

USO DAS MÍDIAS SOCIAIS PELA POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ

Comunicação institucional em plataformas digitais

A Polícia Militar do Paraná (PMPR) utiliza ativamente as mídias sociais como ferramenta de comunicação institucional, buscando aumentar a transparência, divulgar as atividades operacionais, promover campanhas preventivas e estar mais próxima do público. Por meio de seus perfis oficiais no Instagram, Facebook, Twitter (X), YouTube e TikTok, a corporação

compartilha conteúdos que destacam seu papel no combate ao crime e no apoio à comunidade, adotando uma linguagem cada vez mais acessível e visualmente atrativa.

Ações policiais individuais nas redes sociais

Paralelamente à atividade institucional, tem havido um aumento da presença de agentes corporativos individuais nas redes sociais, que muitas vezes atuam como influenciadores digitais. Em seus perfis pessoais, os militares da instituição compartilham vídeos de treinamento, pensamentos sobre sua profissão, relatos da vida cotidiana e, às vezes, declarações políticas, religiosas ou pessoais. Ainda que esse tipo de conteúdo não represente oficialmente a corporação, ele acaba sendo associado à imagem da PMPR por incluir o uso de uniformes, insígnias ou referências diretas à atuação policial.

Esse tipo de divulgação levanta preocupações de ética pública, pois pode prejudicar a imparcialidade da instituição, levar a interpretações errôneas pelo público e, em casos mais graves, pode constituir uma infração disciplinar. Conforme apontam Correia (2024) e Cunha e Viana (2020), a fronteira que separa a vida privada do exercício de funções públicas em ambientes digitais está se esvaindo, o que exige uma reflexão mais aprofundada sobre os limites da liberdade de expressão dos entes públicos.

Desafios éticos e legais

O uso de mídias sociais por membros da PMPR está sujeito a regulamentações específicas, como o Código de Ética e Disciplina das Forças Armadas do Estado do Paraná (Lei nº 14.951/2005) e a Portaria do Comando Geral nº 1220/2022, que dispõem sobre o uso responsável de redes sociais e aplicativos de mensagens. Esses documentos fornecem diretrizes para os militares sobre como se comportar de acordo com os princípios de legalidade, hierarquia, disciplina e moralidade administrativa, mesmo fora do horário de serviço.

Situações como usar uniformes fora de um contexto institucional, postar críticas sobre corporações ou expressar opiniões políticas em perfis pessoais levaram a investigações e ações disciplinares, bem como a discussões sobre os limites entre expressão pessoal e responsabilidade funcional. O Regulamento n.º 956/2016 contribui também para a uniformização dos posicionamentos oficiais internos, reforçando a importância de um padrão de comunicação que proteja a imagem pública da PMPR, inclusive na intranet.

Embora as atividades oficiais nas redes sociais ajudem a fortalecer a confiança pública na PMPR, abusos ou postagens inapropriadas por alguns policiais podem prejudicar a reputação desta instituição. A gestão das comunicações digitais é, portanto, uma área estratégica e sensível para empresas que buscam encontrar um equilíbrio entre transparência, autoridade e responsabilidade.

A gestão da comunicação digital deixou de ser uma questão secundária e passou a ser um elemento estratégico de eficácia institucional. Manter uma presença digital ética e consistente, baseada em diretrizes claras, é essencial para manter a confiança do público e fortalecer o vínculo entre a PMPR e a comunidade. Em tempos de desinformação, julgamento instantâneo e polarização, cada publicação, seja institucional ou pessoal, tem o potencial de impactar significativamente a percepção coletiva de uma corporação.

Regulação Institucional e Responsabilidade Digital

Além das disposições legais existentes, como o Código de Ética e Disciplina dos Militares do Estado do Paraná (Lei Estadual nº 14.951/2005), a Polícia Militar do Estado do Paraná possui diretrizes internas específicas que regem a conduta de seus integrantes nas redes sociais.

O Regulamento do Comando Geral nº 1220/2022, conforme alterado pelo Regulamento do CG nº 196/2023, fornece diretrizes para o uso responsável de mídias, redes sociais e aplicativos de mensagens por militares, enfatizando que, embora a criação de perfis pessoais seja gratuita, o policial é responsável por todas as interações digitais relacionadas a eles. Postagens contendo críticas públicas, conteúdo político, uso indevido de uniformes, símbolos institucionais ou divulgação de informações confidenciais ou não autorizadas são proibidas.

A Portaria nº 956/2016 estabelece regras sobre a publicação de notícias institucionais na intranet da PMPR, unificando a comunicação interna e limitando o uso de fotos com teor sensacionalista ou que revelem as pessoas envolvidas no caso. Isso demonstra a preocupação institucional em proteger a imagem pública da corporação, inclusive na mídia interna.

Vale também atentar para o Manual de Comunicação Social da PMPR (2024), que ressalta o papel estratégico da comunicação institucional, atribuindo à 5ª Seção do Estado-Maior a responsabilidade de zelar pela imagem pública da corporação. O manual estabelece que todo policial é, direta ou indiretamente, um agente de comunicação e deve, portanto, comportar-se de forma condizente com os valores da instituição, inclusive no ambiente digital.

MÉTODOS

Este estudo adota uma abordagem qualitativa, descritiva e exploratória, cujo objetivo é analisar o impacto das redes sociais na construção da imagem institucional da Polícia Militar do Paraná (PMPR). A escolha do método qualitativo justifica-se pela complexidade do fenômeno em estudo, que abrange dimensões simbólicas, comunicativas e institucionais que não podem ser mensuradas quantitativamente. O objetivo é interpretar e compreender os significados atribuídos às práticas comunicacionais das corporações, bem como os efeitos das narrativas digitais na opinião pública.

A estratégia metodológica baseia-se na análise de conteúdo proposta por Bardin (2016), aplicada a casos específicos com repercussão significativa nas mídias sociais. Três tipos de eventos foram selecionados com base em critérios de relevância e impacto social: (i) episódios de exposição negativa envolvendo agentes da PMPR, com ampla circulação de imagens ou vídeos descontextualizados; (ii) manifestações públicas de críticas à corporação, especialmente em ambientes acadêmicos ou políticos, que tiveram ressonância digital; e (iii) ações institucionais voltadas ao combate à desinformação e à promoção da imagem da PMPR por meio de canais oficiais. A seleção dos casos levou em consideração a amplitude da distribuição digital, o número de interações públicas (comentários, compartilhamentos, reações) e a presença de respostas institucionais gravadas.

As fontes primárias analisadas incluem conteúdo publicado nas redes sociais oficiais da PMPR (Instagram, Facebook, YouTube e TikTok), bem como postagens de policiais identificados individualmente que atuam como influenciadores em mídias digitais. Relatórios corporativos oficiais, regulamentos internos, notícias publicadas na grande mídia e documentos institucionais disponíveis ao público também foram analisados. As fontes secundárias consistem em literatura acadêmica nas áreas de comunicação pública, sociologia institucional, opinião pública, segurança e gestão de imagem.

A análise foi conduzida à luz do conceito de imagem institucional (Matos, 2007), expresso em pesquisas sobre comunicação digital e desinformação (Wardle; Derakhshan, 2017), levando em conta a especificidade do ambiente online, marcado pela dinâmica algorítmica, e como viraliza alguns conteúdos e julgamentos morais imediatos. A triangulação de dados – cruzando relatos midiáticos, posicionamentos institucionais e referenciais teóricos – visou dar solidez à interpretação dos acontecimentos e minimizar erros de leitura.

Além disso, foram levadas em consideração as medidas normativas que regulamentam a conduta dos militares do estado do Paraná (como o Código de Ética e Disciplina – Lei Estadual nº 14.951/2005 e as Portarias nº 956/2016 e nº 1.220/2022), visto que esses instrumentos influenciam diretamente na forma como a corporação se posiciona no ambiente digital e gere sua imagem pública.

A metodologia adotada permite, portanto, compreender o processo de construção e erosão simbólica da imagem da PMPR nas mídias sociais, evidenciando tanto os desafios comunicacionais enfrentados pela corporação quanto as estratégias institucionais que visam limitar danos e fortalecer a legitimidade na sociedade civil.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Caso de Alta Intensidade: Foto com Máscara de Palhaço e Machado

Um dos fatos que ilustram a influência das mídias sociais na imagem da Polícia Militar do Paraná ocorreu em julho de 2016, quando circulou na internet uma foto de um policial militar dando uma machadada na cabeça de um jovem usando máscara de palhaço. A foto, amplamente compartilhada nas redes sociais e noticiada por muitos meios de comunicação, causou grande indignação pública e levou o Departamento de Assuntos Internos da PMPR a iniciar uma investigação oficial sobre o assunto (Tribuna do Paraná, 2016).

A repercussão negativa foi intensificada pela falta de contexto claro na imagem, o que gerou interpretações divergentes entre os internautas. Embora a corporação tenha posteriormente justificado que a máscara fazia referência a simbolismos criminosos — tatuagens de palhaço associadas a assassinos de policiais — a maioria do público considerou o conteúdo da imagem inapropriado, agressivo e inconsistente com o comportamento esperado de agentes de segurança pública.

Este episódio mostra como o conteúdo visual pode influenciar rapidamente a opinião pública, especialmente quando envolve emoções como medo, indignação ou desconfiança. Mostra também a importância da atuação proativa das instituições diante de crises de imagem e a importância de capacitar os policiais quanto à postura e responsabilidade no ambiente digital. Ele também mostra como um único registro, mesmo que não reflita todas as atividades de uma corporação, pode comprometer sua reputação institucional em um cenário de comunicação descentralizada e julgamentos instantâneos.

Influenciadores na Polícia Militar: Desafios e Oportunidades na Era Digital

A crescente presença de agentes da policia militar nas redes sociais, atuando como influenciadores de opinião *online*, tem gerado debates sobre os limites éticos e institucionais dessa prática. Segundo Correia (2024), ao compartilhar aspectos de sua vida profissional e pessoal em plataformas como TikTok, Instagram, Podcasts e Facebook, os policiais buscam se aproximar da comunidade, humanizando a imagem da corporação e estreitando laços com a sociedade. Esse tipo de informação pode ajudar a reduzir estereótipos e a desconfiança histórica nas ações da polícia.

No entanto, o uso de símbolos uniformes e institucionais para fins de autopromoção, monetização ou expressão de opiniões políticas levanta preocupações quanto à imparcialidade e credibilidade da instituição. Usar uma imagem corporativa no contexto da busca de interesses pessoais podem violar a neutralidade exigida dos funcionários públicos e dar origem a sérios conflitos éticos.

A análise de casos específicos mostra que, enquanto alguns policiais conseguem manter uma postura responsável nas redes sociais, outros ultrapassam os limites da ética, prejudicando a imagem da corporação. Portanto, há uma clara necessidade de introduzir regulamentações e diretrizes claras que regerão as atividades dos policiais nas mídias sociais. Eles equilibrarão o direito do indivíduo de expressar suas opiniões, a responsabilidade profissional e a manutenção da integridade institucional.

Repercussões institucionais das críticas ao PMPR em eventos acadêmicos

Em setembro de 2023, a Câmara Municipal de Curitiba aprovou moção de protesto contra as declarações feitas durante o primeiro encontro de enfrentamento à violência policial no Paraná, realizado na Universidade Federal do Paraná (UFPR). O evento, organizado pelo Centro Acadêmico de Direito Hugo Simas, reuniu pesquisadores de direitos humanos, familiares de vítimas de ações policiais e representantes da sociedade civil. Durante o encontro, foram usadas frases como "a polícia tem que acabar", "ninguém precisa ser preso" e "a polícia trabalha para matar", que segundo os vereadores ultrapassavam o direito à liberdade de expressão e incitavam a população contra a polícia.

A moção, proposta pelo vereador Eder Borges (PP) foi aprovada por 15 votos a 6 e gerou um acalorado debate entre os parlamentares. Enquanto alguns vereadores defenderam a moção como uma resposta necessária às críticas generalizadas e ofensivas à polícia, outros disseram que as declarações em destaque foram tiradas do contexto e eram uma expressão de dor e indignação das famílias das vítimas de violência policial. A discussão destacou a polarização em torno do papel da polícia e da liberdade de expressão na academia e na esfera pública.

Reação Pública e Esfera Política: O Caso UFPR

Um incidente significativo envolvendo a PMPR e a comunidade acadêmica ocorreu em 2023, durante um evento na Universidade Federal do Paraná (UFPR), no qual declarações críticas à atuação da Polícia Militar causaram ampla repercussão negativa nas redes sociais. Em decorrência da polarização digital, a Câmara Municipal de Curitiba emitiu nota oficial repudiando os discursos proferidos, ressaltando a influência das redes como catalisadoras de discursos institucionais e políticos. O episódio evidenciou a fragilidade da imagem pública da PMPR diante de discursos divergentes e como as redes sociais amplificam tensões, muitas vezes descontextualizadas, que se estendem para além dos espaços acadêmico e institucional.

Estratégias de Comunicação Oficial da PMPR

Diante desses desafios, a PMPR investiu na criação de canais oficiais nas redes sociais como forma de amenizar os efeitos da desinformação e fortalecer sua imagem junto ao público.

Postagens destacando ações cívicas, campanhas educacionais, prisões bem-sucedidas e atos de empatia da polícia para com as comunidades foram usadas como uma estratégia de "contranarrativa" para equilibrar a percepção pública e aproximar as corporações da sociedade civil.

No entanto, ainda há lacunas na forma como o PMPR lida com o gerenciamento de crises digitais. A falta de respostas rápidas e estratégias de transparência em caso de eventos controversos contribui para o aprofundamento da crise de imagem. O desafio da instituição é, portanto, construir uma presença digital sólida que combine profissionalismo, empatia e capacidade de comunicação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise dos casos apresentados demonstra que as redes sociais impactam diretamente na construção e desconstrução da imagem institucional da Polícia Militar do Paraná (PMPR). As plataformas digitais, ao focarem em conteúdo visual que evoca fortes mensagens emocionais, transformam situações isoladas em narrativas coletivas, muitas vezes baseadas em interpretações superficiais ou distorcidas.

O caso da imagem da máscara de palhaço e do machado mostra como uma única nota tirada do contexto pode ter repercussões negativas de longo alcance, pressionando uma empresa a tomar medidas corretivas e fornecer explicações públicas. Essa situação demonstra que a velocidade de propagação das imagens fragiliza a capacidade de resposta das instituições e ressalta a necessidade de protocolos mais eficazes de gestão de crises no ambiente digital.

Por outro lado, a presença de policiais nas redes sociais como influenciadores digitais revela a dimensão ambivalente desse fenômeno. Por um lado, esses agentes ajudam a humanizar as corporações e aproximá-las da sociedade, mas, por outro, a falta de regulamentações claras abre caminho para abusos como autopromoção excessiva, exposição política e uso indevido de símbolos institucionais. Nesse cenário, urge a criação de normas internas que regulamentem o comportamento dos agentes no ambiente digital, garantindo o equilíbrio entre a liberdade de expressão e a preocupação com a imagem pública da instituição.

A análise mostra que o papel da mídia tradicional e dos influenciadores digitais é decisivo para expandir ou redefinir a narrativa sobre PMPR. Ao atuarem como mediadores entre o acontecimento e a opinião pública, esses atores contribuem para legitimar ou condenar moralmente a atuação da polícia, reforçando a importância de uma relação mais estratégica e transparente entre essa instituição e a mídia.

Outro resultado importante é a análise do impacto das estratégias institucionais da PMPR nas mídias sociais. Iniciativas de combate à desinformação, disseminação de campanhas sociais e fortalecimento de laços sociais contribuem para a construção de uma imagem mais empática e

confiável. Entretanto, tais atividades ainda ocorrem de forma esporádica devido à falta de sistematização e profissionalismo na gestão das comunicações digitais.

Em suma, os resultados indicam que a imagem da PMPR nas redes sociais é alvo de constante disputa simbólica. Episódios isolados, interpretações públicas e atividades de comunicação institucional criam um ecossistema dinâmico e sensível no qual reputações podem ser rapidamente fortalecidas ou enfraquecidas. Portanto, é essencial que a corporação desenvolva uma política sólida de comunicação digital, pautada na transparência, na ética, na capacitação dos agentes e no compromisso com os valores democráticos.

CONSIDERAÇÕES

Conclui-se que o ambiente digital mudou radicalmente a dinâmica de relacionamento entre instituições públicas e sociedade civil, obrigando corporações tradicionais como a Polícia Militar do Paraná (PMPR) a se adaptarem a uma nova lógica de comunicação, caracterizada pela rapidez, horizontalidade e alta visibilidade para o público. Nesse contexto, as mídias sociais atuam não apenas como ferramentas de informação, mas também como verdadeiros centros formadores de opinião, capazes de fortalecer ou enfraquecer a reputação de uma instituição em questão de horas.

A imagem da PMPR está se tornando cada vez mais suscetível a julgamentos imediatos e emocionais, muitas vezes alimentados por conteúdo fora de contexto, vídeos curtos ou narrativas manipuladas. Incidentes isolados de má conduta de agentes podem minar a credibilidade de uma corporação inteira, especialmente quando não são acompanhados por uma resposta rápida, transparente e bem coordenada.

Por outro lado, o uso estratégico das redes sociais institucionais tem se mostrado uma oportunidade para fortalecer laços sociais, divulgar ações positivas, promover campanhas de informação e combater a desinformação. A presença digital oficial da PMPR, desde que pautada na ética, na empatia e na responsabilidade comunicacional, é capaz de construir pontes com a sociedade e confirmar a legitimidade de suas ações na área da segurança pública.

O papel crescente dos policiais como influenciadores sociais na Internet acrescenta um novo nível de complexidade a esse cenário. Se essas práticas podem contribuir para a humanização da imagem da polícia e o fortalecimento do diálogo com a sociedade, também suscitam tensões quanto aos limites entre a vida privada e o serviço público, bem como riscos de quebra da ética e da disciplina, principalmente quando envolvem manifestações políticas, autopromoção por meio de símbolos institucionais ou uso inadequado do uniforme.

Nesse sentido, é necessária a atuação da PMPR no sentido de regulamentar a conduta digital de seus agentes, destacando a importância das Portarias nº 1220/2022 e nº 956/2016, bem como do Manual de Comunicação Social Corporativa. Esses instrumentos oferecem diretrizes

importantes que visam prevenir rupturas na comunicação, proteger a imagem da instituição e garantir que a atuação policial esteja em conformidade com os valores democráticos e os princípios da legalidade, da disciplina e do respeito à dignidade humana.

Portanto, é importante ressaltar que a gestão da imagem de uma instituição na era das mídias sociais não deve ser tratada como uma questão secundária ou meramente técnica. É um elemento estratégico que determina a confiança pública, a legitimidade das atividades de segurança e a manutenção do pacto de credibilidade entre o Estado e seus cidadãos.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. **Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011**. Lei de Acesso à Informação (LAI). Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 18 nov. 2011.

CÂMARA MUNICIPAL DE CURITIBA. **Câmara de Curitiba desaprova críticas genéricas à PM na UFPR**. Curitiba, 5 set. 2023. Disponível em: https://www.curitiba.pr.leg.br/informacao/noticias/camara-de-curitiba-desaprova-criticas-genericas-a-policia-militar-na-ufpr. Acesso em: 6 maio 2025.

CORREIA, Thiago Jean. Policiais militares influencers: a utilização da função pública e da imagem da corporação nas plataformas digitais, TikTok, Instagram, Podcasts e Facebook. **Revista FT**, v. 29, n. 141, dez. 2024. Disponível em: https://revistaft.com.br/policiais-militares-influencers-a-utilizacao-da-funcao-publica-e-da-imagem-da-corporacao-nas-plataformas-digitais-tiktok-instagram-podcasts-e-facebook; Acesso em: 6 maio 2025.

CUNHA, Carolina Costa da; VIANA, Nayra Thamires da Silva. O uso das redes sociais por policiais militares: uma análise das possibilidades e limites. **Revista Segurança Cidadã**, v. 1, n. 6, 2020.

GOVERNO DO PARANÁ. Polícia Militar do Paraná. Disponível em: https://www.pmpr.pr.gov.br/. Acesso em: 6 maio 2025.

LEGISLAÇÃO PR. **Lei Estadual nº 14.951, de 7 de dezembro de 2005**. Código de Ética e Disciplina dos Militares do Estado do Paraná. Disponível em: http://www.legislacao.pr.gov.br. Acesso em: 6 maio 2025.

PARANÁ. **Decreto Estadual nº 7.380, de 25 de janeiro de 2021**. Regulamenta o uso de redes sociais por agentes públicos do Estado do Paraná. Curitiba: Imprensa Oficial, 2021.

PARANÁ. Polícia Militar do Estado. **Manual de Comunicação Social da PMPR**. CG 525/2024. Curitiba: PMPR, 2024.

PARANÁ. Polícia Militar do Estado. **Portaria do Comando-Geral nº 1220, de 14 de dezembro de 2022**. Dispõe sobre o uso responsável das mídias e redes sociais pelos militares estaduais. Curitiba: PMPR, 2022.

PARANÁ. Polícia Militar do Estado. **Portaria do Comando-Geral nº 956, de 19 de dezembro de 2016**. Estabelece normas para postagem de notícias na intranet da PMPR. Curitiba: PMPR, 2016.

SILVA, Jeferson Rodrigues da. **As redes sociais como ferramenta de comunicação da Polícia Militar do Estado do Paraná**. 2021. Monografia (Especialização) – Centro Universitário Internacional UNINTER, Curitiba, 2021.

SOUSA, Ricardo Vitorino de. Polícia e redes sociais: oportunidades e riscos no uso das mídias digitais por instituições de segurança pública. **Revista Brasileira de Segurança Pública**, v. 11, n. 1, p. 38–55, 2017.

TRIBUNA DO PARANÁ. **Corregedoria investiga foto em que PM aponta machado contra jovem**. Curitiba> Tribuna do Paraná, 2016. Disponível em: https://www.tribunapr.com.br/noticias/brasil/corregedoria-investiga-foto-em-que-pm-aponta-machado-contra-jovem/. Acesso em: 6 maio 2025.

Fontes institucionais online (redes sociais da PMPR)

PMPR nas redes sociais:

Instagram: https://www.instagram.com/policiamilitarpr/;

YouTube: https://www.youtube.com/@PoliciaMilitarPR;

Facebook: https://www.facebook.com/policiamilitardoestado;