

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

RICARDO LUCAS MARTINS PRETO

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO INSTAGRAM:
ANÁLISE COMPARATIVA DAS POLÍCIAS CIVIS DA REGIÃO SUL DO BRASIL**

CURITIBA

2025

RICARDO LUCAS MARTINS PRETO

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO INSTAGRAM:
ANÁLISE COMPARATIVA DAS POLÍCIAS CIVIS DA REGIÃO SUL DO BRASIL**

**Public Communication on Instagram: Analysis
of Civil Police Forces in Southern Brazil**

Dissertação apresentada como parte dos requisitos
para obtenção do título de Mestre pelo Programa de
Mestrado Profissional em Administração Pública
em Rede Nacional – PROFIAP da Universidade
Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)
Orientadora: Profa. Dra. Janaina Piana.
Coorientadora: Profa. Dra. Liliane Canopf Vera

Curitiba

2025



Esta licença permite download e compartilhamento do trabalho desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es), sem a possibilidade de alterá-lo ou utilizá-lo para fins comerciais. Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.



**Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Campus Curitiba**



RICARDO LUCAS MARTINS PRETO

**COMUNICAÇÃO PÚBLICA NO INSTAGRAM: ANÁLISE COMPARATIVA DAS POLÍCIAS CIVIS DA
REGIÃO SUL DO BRASIL**

Trabalho de pesquisa de mestrado apresentado como requisito para obtenção do título de Mestre Em Administração Pública da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Área de concentração: Administração Pública.

Data de aprovação: 28 de Novembro de 2025

Dra. Janaina Piana, Doutorado - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Dr. Carla Leila Oliveira Campos, Doutorado - Universidade Federal de Alfenas (Unifal-Mg)

Dra. Jucelia Appio Frizon, Doutorado - Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste)

Dra. Liliane Canopf Vera, Doutorado - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Documento gerado pelo Sistema Acadêmico da UTFPR a partir dos dados da Ata de Defesa em 28/11/2025.

RESUMO

Em um cenário de crescente digitalização das práticas comunicacionais no setor público, esta pesquisa objetiva analisar as práticas comunicacionais das Polícias Civis da Região Sul do Brasil no Instagram, buscando identificar os padrões predominantes nessas interações e compreender como as diretrizes institucionais são refletidas nessa prática de comunicação pública. Parte-se do pressuposto de que as redes sociais podem qualificar a relação entre instituições e sociedade, ampliando a transparência e promovendo maior proximidade com o cidadão. Por meio de análise de conteúdo das postagens realizadas nos perfis oficiais dessas instituições, foram identificados padrões distintos de uso da plataforma, com diferentes ênfases nos tipos de conteúdo e nos modos de interação. Os resultados revelam uma aderência parcial às diretrizes institucionais de comunicação, destacando a predominância de conteúdos informativos e institucionais, assim como oportunidades de aprimoramento, especialmente no estímulo à participação cidadã e na diversificação das estratégias comunicacionais. O estudo contribui para o campo da comunicação pública ao analisar práticas ainda pouco estudadas no setor da segurança pública, como a análise de uso de hashtags e emojis e de tipologia midiática, além de apontar caminhos para que as instituições incorporem, de forma mais efetiva, os princípios democráticos à sua atuação digital.

Palavras-chave: comunicação pública; Instagram; polícia civil; princípio da publicidade; redes sociais.

ABSTRACT

In a scenario of increasing digitalization of institutional communication, this research investigates how the Civil Police forces of Paraná, Santa Catarina, and Rio Grande do Sul use Instagram as a public communication tool. It is based on the premise that social media can enhance the relationship between institutions and society, increasing transparency and fostering closer engagement with citizens. Through content analysis of posts published on the official profiles of these institutions, distinct usage patterns of the platform were identified, with varying emphases on content types and modes of interaction. The results reveal partial adherence to institutional communication guidelines, highlighting the predominance of informational and institutional content, as well as opportunities for improvement, particularly in encouraging citizen participation and diversifying communication strategies. This study contributes to the field of public communication by examining practices still little explored in the public security sector, such as the analysis of hashtag and emoji use and media typology, while also pointing to ways in which institutions can more effectively incorporate democratic principles into their digital presence.

Keywords: public communication; Instagram; civil police; transparency; social networks.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – <i>Checklist</i> de elementos considerados pelo PRISMA.....	17
Quadro 2 – Portfólio final.....	20
Quadro 3 – Periódicos, palavras-chave e número de citações do portfólio geral.....	24
Quadro 4 – Categorias de análise	48
Quadro 5 – Frequências absolutas e relativas das postagens	52
Quadro 6 – Matriz de Comparação PCPR	75
Quadro 7 – Matriz de comparação PCRS	76
Quadro 8 – Matriz de comparação PCRS	78
Quadro 9 – Resultados	80

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fluxograma PRISMA.....	19
Figura 2 – Coocorrência e relações entre palavras-chaves	23
Figura 3 – <i>Clusters</i>	23
Figura 4 – Postagem da PCPR de 03/10/2024	57
Figura 5 – Postagem da PCSC de 28/10/2024	58
Figura 6 – Postagem da PCRS de 07/08/2024	59
Figura 7 – Imagem do vídeo da PCPR de 16/12/2024.....	62
Figura 8 – Imagem do vídeo da PCRS de 17/09/2024.....	64
Figura 9 – Postagem da PCSC de 23/09/2024	65

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Número de artigos publicados por ano	22
Gráfico 2 – Recorrência das palavras-chaves.....	22
Gráfico 3 – Comparativo geral.....	54
Gráfico 4 – Comparativo PCPR.....	54
Gráfico 5 – Comparativo PCRS.....	55
Gráfico 6 – Comparativo PCSC.....	56
Gráfico 7 – Mídias PCPR	60
Gráfico 8 – Mídias PCRS	63
Gráfico 9 – Mídias PCSC	64
Gráfico 10 – <i>Emojis</i> PCPR	67
Gráfico 11 – <i>Emojis</i> PCRS	68
Gráfico 12 – <i>Emojis</i> PCSC	69
Gráfico 13 – <i>Hashtags</i> PCPR.....	71
Gráfico 14 – <i>Hashtags</i> PCRS.....	71

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	Problema de pesquisa.....	12
1.2	Objetivos	15
1.3	Justificativa	15
1.4	Revisão de literatura	16
1.4.1	<i>Método para seleção do portfólio bibliográfico</i>	<i>17</i>
1.4.2	<i>Análise bibliométrica do portfólio bibliográfico</i>	<i>21</i>
1.4.3	<i>Análise dos resultados</i>	<i>27</i>
1.4.3.1	<i>A dinâmica da comunicação pública nas redes sociais digitais.....</i>	<i>28</i>
1.4.3.2	<i>Funções da comunicação pública nas redes sociais.....</i>	<i>29</i>
1.4.3.3	<i>Contribuições das redes sociais para o processo de comunicação pública .</i>	<i>31</i>
1.4.3.4	<i>Premissas da comunicação pública nas redes sociais.....</i>	<i>32</i>
1.4.3.5	<i>Pontos fortes e fracos da comunicação pública nas redes sociais.....</i>	<i>33</i>
1.4.4	<i>Lacunas de pesquisa</i>	<i>35</i>
2	REFERENCIAL TEÓRICO	38
2.1	Redes sociais.....	38
2.2	Comunicação pública.....	40
2.3	Democracia digital.....	42
2.4	Transparência	44
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	46
3.1	Unidades de análise e critérios de categorização	46
3.2	Procedimentos de análise	48
4	RESULTADOS	52
4.1	Categorias temáticas.....	52
4.2	Tipologia das mídias	59
4.3	<i>Emojis e hashtags</i>	<i>66</i>
4.4	Comparação entre normativas e práticas	73

4.4.1	<i>Análise PCPR</i>	74
4.4.2	<i>Análise PCRS</i>	76
4.4.3	<i>Análise PCSC</i>	77
5	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	80
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	85
	REFERÊNCIAS	88

1 INTRODUÇÃO

As redes sociais, cujas primeiras plataformas foram desenvolvidas e lançadas na década de 1990, rapidamente se consolidaram como uma das principais aplicações da internet, impactando diretamente a comunicação global e o comportamento social (Aichner *et al.*, 2021). Com conteúdos predominantemente gerados pelos próprios usuários, essas plataformas exercem influência significativa em diversos contextos, incluindo o comportamento de consumo e os debates públicos.

No âmbito das discussões de interesse coletivo, as redes sociais têm se tornado um canal essencial de interação entre cidadãos e instituições governamentais, promovendo maior transparência, participação cidadã e engajamento cívico, posicionando-se como elementos centrais nas interações sociais e políticas contemporâneas (Kapoor *et al.*, 2018). Essas plataformas facilitam tanto o compartilhamento de informações quanto o debate sobre temas de interesse público, oferecendo um espaço para a expressão de opiniões.

Esse fenômeno tem fortalecido o engajamento, ampliando o alcance e a acessibilidade à esfera pública e possibilitando novos modos de interação entre cidadãos e órgãos públicos (Dias; Sano; Medeiros, 2019) favorecendo uma participação democrática mais inclusiva e diversificada (Viegas *et al.*, 2022). No entanto, a grande quantidade de informações sem curadoria apropriada gera desinformação e dificulta a tomada de decisões, ao mesmo tempo que a sobrecarga de dados torna mais desafiadora a identificação de fontes confiáveis (Kapoor *et al.*, 2018).

Dentre as plataformas de redes sociais, o Instagram destaca-se por seu enfoque visual e pela ampla adesão no compartilhamento de imagens e vídeos, promovendo interações rápidas e contínuas, sobretudo por meio de dispositivos móveis. De acordo com matéria da revista *Forbes* (2023), o Instagram é a rede social em que os brasileiros passam mais tempo conectados, com uma média superior a 14 horas mensais por usuário. Em termos de número de usuários, o país também figura entre os maiores mercados da plataforma, e aparece como o terceiro colocado no *ranking* mundial de uso de redes sociais, atrás apenas da Índia e da Indonésia.

Ademais, o Instagram se consolidou como uma das principais plataformas para a expressão de opiniões, troca de informações e debates sobre temas públicos. Na comunicação pública, essa rede social tem sido utilizada para promover o

engajamento entre instituições públicas e a população, possibilitando acesso direto e visualmente atrativo a informações e serviços de interesse público (Santos *et al.*, 2021). Através da plataforma, é possível captar o sentimento público e coletar opiniões, elementos essenciais para a formulação de políticas públicas mais responsivas às demandas sociais (Wahyunengseh; Hastjarjo, 2021; Mirbabaie *et al.*, 2021). Contudo, à medida que o uso dessa rede cresce, surge a necessidade de uma regulamentação eficaz que atenuar impactos negativos, como a disseminação de desinformação, capaz de distorcer o debate público e influenciar a opinião coletiva (Zagidullin; Aziz; Kozhakhmet, 2021; Aytac, 2022).

Considerando o papel central das redes sociais na comunicação pública, este estudo objetiva analisar as práticas comunicacionais das Polícias Cíveis da Região Sul do Brasil no Instagram, buscando identificar os padrões predominantes nessas interações e compreender como as diretrizes institucionais são refletidas nessa prática de comunicação pública. A escolha dessa plataforma se justifica por sua ampla popularidade e elevado potencial de engajamento visual e interativo, características que favorecem uma conexão mais efetiva com o público. A Polícia Cível foi escolhida por sua importância na relação direta com a sociedade em temas de segurança pública. A Região Sul, por sua vez, apresenta estruturas semelhantes entre suas diretrizes de comunicação, permitindo uma comparação das práticas no Instagram.

A coleta de dados foi realizada ao longo de 35 semanas, entre os meses de maio de 2024 e janeiro de 2025, a partir dos perfis oficiais das Polícias Cíveis dos estados do Paraná (@pcproficial), Santa Catarina (@policiacivilsantacatarina) e Rio Grande do Sul (@policiacivilrsoficial). Foram analisadas ao todo 105 postagens, codificadas com base em variáveis como tipo de conteúdo, formato da mídia e a presença de *emojis* e *hashtags*.

A análise foi conduzida com base na metodologia de análise de conteúdo proposta por Bardin (2016), segmentando as postagens em quatro categorias: informativo, educativo, institucional e engajamento. Essa estrutura permitiu compreender de forma dinâmica como as práticas comunicativas refletem os objetivos institucionais de cada órgão. Além disso, foram examinadas as diretrizes institucionais de comunicação das Polícias Cíveis da Região Sul, a fim de verificar como as normas estabelecidas são efetivamente aplicadas no ambiente digital.

A presente pesquisa é relevante em três dimensões principais: do ponto de vista científico, busca preencher uma lacuna de estudos empíricos identificada na

literatura sobre a comunicação pública nas redes sociais, especialmente no contexto brasileiro de órgãos de segurança pública, como indicado na revisão de literatura deste trabalho (subtópico 1.4). Do ponto de vista social, contribui para o fortalecimento da transparência e do engajamento cívico, alinhando-se ao princípio constitucional da publicidade (CF, art. 37) e às diretrizes recentes de comunicação pública estabelecidas nas normativas estudadas (detalhadas na seção 4.5). Finalmente, do ponto de vista prático, a pesquisa oferece subsídios, por meio de uma análise comparativa detalhada (ver capítulos 3 e 4), para aprimorar as estratégias comunicacionais das Polícias Cíveis estudadas, em consonância com suas próprias diretrizes institucionais de comunicação.

1.1 Problema de pesquisa

A facilitação do acesso às informações públicas é um dos pilares essenciais da democracia moderna, pois consolida princípios fundamentais como a participação cidadã, a transparência e o direito à informação. Esses elementos fortalecem a relação entre Estado e sociedade, permitindo que a população se envolva ativamente nos processos de governança. A criação de canais de interação entre o setor público e os cidadãos não apenas promove uma gestão pública mais eficiente e íntegra, mas também estabelece um diálogo contínuo, possibilitando que as necessidades e preocupações da sociedade sejam ouvidas e respondidas de forma ágil e direta. Nesse contexto, as redes sociais surgem como um dos principais veículos para a efetivação dessa comunicação, transformando a forma como as informações são disseminadas e recebidas.

Viegas *et al.* (2022) destacam que a comunicação pública, especialmente por meio das redes sociais, desempenha um papel crucial na promoção da transparência dos atos governamentais, uma vez que essas plataformas oferecem visibilidade às ações do Estado. Tornar essas ações acessíveis e compreensíveis para o público é fundamental para garantir uma gestão pública transparente e eficiente, princípios basilares de uma governança democrática. No âmbito das organizações públicas, o uso das redes sociais tem se mostrado um recurso valioso não apenas para aprimorar a comunicação com a sociedade, mas também para fomentar a interação e o engajamento de forma mais direta e inclusiva.

Kapoor *et al.* (2018) observam que as redes sociais, ao facilitarem a disseminação rápida e abrangente de informações, impactam diretamente na transparência governamental e no engajamento cívico. Essas plataformas, ao propiciarem um ambiente de interação direta entre cidadãos e governo, facilitam o acesso a informações relevantes e permitem a expressão democrática de opiniões. Redes sociais como o Instagram possibilitam a formação de relacionamentos entre usuários de diferentes origens e perspectivas, estabelecendo uma estrutura que favorece a troca de informações. Essa dinâmica, como sugere Kapoor, não só enriquece o debate público, mas também oferece aos cidadãos a oportunidade de participação ativa, gerando valor positivo para a administração pública.

Willems (2021), por sua vez, explora as potencialidades relacionais das mídias sociais, evidenciando como essas plataformas moldam e facilitam as relações interpessoais. A participação digital transcende o consumo passivo de conteúdo, envolvendo um engajamento ativo e contínuo, em que os usuários têm a capacidade de influenciar diretamente as dinâmicas sociopolíticas. A importância dessas plataformas reflete-se também na capacidade de proporcionar espaço para a expressão de vozes que, tradicionalmente, poderiam ser marginalizadas nos meios de comunicação convencionais. As redes sociais, portanto, não são apenas ferramentas de disseminação de informações, mas também espaços inclusivos que promovem a diversidade de opiniões e a pluralidade de vozes.

No entanto, conforme ressaltado por Dragomir (2021), para que a comunicação pública seja efetivamente significativa no contexto digital, a participação cidadã deve estar no centro das estratégias de comunicação. Isso implica que os cidadãos precisam não apenas ter acesso à informação, mas também colaborar ativamente na produção e no controle do conteúdo disseminado. O autor alerta que, sem essa centralidade da participação cidadã, os meios de comunicação públicos correm o risco de se tornarem irrelevantes ou marginalizados, especialmente em uma era em que as plataformas digitais desempenham um papel tão influente.

Embora a literatura reconheça amplamente a importância das redes sociais na comunicação pública, ainda há uma lacuna quanto à análise detalhada de como essas plataformas são utilizadas em contextos regionais específicos. Willems (2021) ressalta que a relação entre usuários, tecnologias e seus contextos locais ou regionais é frequentemente negligenciada, o que limita uma compreensão mais aprofundada dos

padrões de uso dessas plataformas, considerando variáveis sociais, políticas e institucionais específicas de cada região.

Essa carência de investigações focadas nos aspectos regionais dificulta a identificação de diferentes padrões de comunicação que podem emergir em cenários distintos. Nesse sentido, o estudo de Montesso Júnior e Campos (2024) representa uma importante contribuição ao analisar como prefeituras da microrregião de Varginha-MG se apropriam do Facebook e do Instagram. A pesquisa evidencia que, embora essas plataformas sejam amplamente utilizadas, seu uso se restringe majoritariamente à divulgação institucional e informativa, com baixa promoção da participação cidadã, revelando um padrão regional ainda pouco explorado pela literatura nacional.

No campo da segurança pública, essa lacuna é ainda mais evidente, uma vez que, segundo Lindgren *et al.* (2019), a digitalização dos serviços públicos tem alterado significativamente a relação entre cidadãos e instituições, e não há uma análise detalhada de como redes sociais, como o Instagram, impactam as dinâmicas dessa ligação.

Nesse sentido, a pesquisa se propôs a analisar as práticas comunicacionais das Polícias Civis da Região Sul do Brasil no Instagram, buscando identificar os padrões predominantes nessas interações e compreender como as diretrizes institucionais são refletidas nessa prática de comunicação pública. Para isso, a pesquisa categorizou os conteúdos em informativos, educativos, institucionais e de engajamento, além de ter comparado as práticas adotadas com as normas formais de comunicação estabelecidas por cada instituição, visando avaliar a coerência entre as diretrizes institucionais e as ações efetivamente implementadas nas redes sociais.

Diante desse contexto, a presente pesquisa se orienta pela seguinte pergunta: Quais são os padrões predominantes na comunicação das Polícias Civis da Região Sul do Brasil no Instagram e de que modo as diretrizes institucionais de comunicação se refletem (ou não) nas práticas adotadas por essas instituições na rede social?

1.2 Objetivos

Objetivo geral:

- Analisar as práticas comunicacionais das Polícias Civis da Região Sul do Brasil no Instagram, buscando compreender quais são seus padrões predominantes.

Objetivos específicos:

- Identificar e comparar padrões de comunicação adotados por esses órgãos na rede social Instagram, em termos de conteúdo informativo, educativo, institucional e de engajamento;
- Examinar como as diretrizes institucionais são refletidas na prática de comunicação pública das Polícias Civis da Região Sul do Brasil.

Essa abordagem buscou fornecer uma compreensão ampla da adequação entre as diretrizes e as práticas efetivamente implementadas, contribuindo para a análise crítica do uso das redes sociais como ferramenta de comunicação pública.

1.3 Justificativa

Nos últimos anos, a comunicação pública institucional passou por uma transformação significativa com o advento das redes sociais. Tradicionalmente, os canais de comunicação entre instituições públicas e sociedade baseavam-se em modelos mais unidimensionais, como comunicados à imprensa, sites institucionais e eventos presenciais. Contudo, com a crescente penetração das mídias digitais na vida cotidiana dos cidadãos, as redes sociais emergiram como uma ferramenta central de diálogo entre o Estado e a sociedade civil. Este estudo justifica-se pela necessidade de explorar o impacto dessa plataforma digital na comunicação pública e de compreender como seu uso está alinhado aos objetivos institucionais.

A escolha do Instagram como objeto de estudo justifica-se por sua popularidade e pelo potencial de engajamento visual e interativo, características que se mostram particularmente eficazes na comunicação pública. Esta pesquisa possibilitará diagnosticar e avaliar como as Polícias Civis da Região Sul utilizam essa plataforma para informar, educar e interagir com a população. Tal abordagem se faz relevante

considerando o papel central das redes sociais no cenário contemporâneo da comunicação pública, especialmente em instituições que desempenham funções de segurança e prestação de serviços essenciais à sociedade.

Além disso, a escolha pelas Polícias Civis da Região Sul se justifica pela relevância dessas instituições na mediação entre Estado e sociedade em temas de segurança pública, nos quais a comunicação institucional desempenha papel essencial para promover transparência, esclarecer procedimentos e fortalecer a confiança social. A Região Sul foi selecionada por apresentar estruturas organizacionais semelhantes, diretrizes formais de comunicação já estabelecidas e elevada presença digital, o que permite comparar de forma consistente como essas instituições utilizam o Instagram e até que ponto suas práticas se alinham às normas institucionais.

Para embasar esta justificativa, foi realizada uma revisão de literatura que explora os principais conceitos e descobertas sobre o uso das redes sociais na administração pública. Essa revisão não apenas esclarece as bases teóricas que destacam a relevância do Instagram como ferramenta de comunicação pública, mas também identifica lacunas e desafios que tornam a pesquisa proposta pertinente (ver seção 1.4). Entre os aspectos apontados pela literatura, destaca-se a constatação de que muitas instituições públicas ainda enfrentam fragilidades importantes na gestão de suas páginas em redes sociais, como a ausência de padronização e a falta de planejamento comunicacional, o que pode comprometer o impacto e a credibilidade da comunicação institucional (Montesso Júnior e Campos, 2024).

Ao trazer à tona esses dados, este estudo se posiciona como uma contribuição relevante para o entendimento das práticas de comunicação em instituições públicas, com ênfase nas influências regionais sobre o uso de plataformas digitais por essas organizações.

1.4 Revisão de literatura

Esta seção apresenta uma visão geral do método adotado para a realização da revisão de literatura. A metodologia empregada baseia-se no protocolo PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*), um modelo amplamente utilizado para a condução de revisões sistemáticas, que visa garantir rigor, transparência e reprodutibilidade no processo de seleção e análise de estudos

e que ajudou a identificar os estudos mais relevantes e recentes sobre o uso das redes sociais na comunicação pública. A análise concentra-se em como essas plataformas têm influenciado a disseminação de informações e o engajamento cívico no contexto da administração pública, destacando sua importância na promoção da transparência governamental e na reconfiguração das práticas de comunicação pública.

1.4.1 Método para seleção do portfólio bibliográfico

Esta revisão sistemática adotou o protocolo PRISMA, um conjunto de diretrizes desenvolvido para assegurar a qualidade e transparência na condução de revisões sistemáticas e meta-análises. O PRISMA padroniza a estrutura da revisão ao detalhar processos como a seleção de estudos, extração de dados e apresentação dos resultados. Essa padronização não apenas aumenta a consistência dos resultados obtidos, mas também facilita a avaliação e validação da revisão, permitindo que outros pesquisadores repliquem as etapas descritas para verificar a precisão e relevância do material selecionado.

Na fase inicial, foram exploradas as características da proposta de pesquisa por meio do preenchimento de um *checklist* com estrutura de relato.

Quadro 1 – Checklist de elementos considerados pelo PRISMA

1. Título do artigo	Comunicação pública nas redes sociais digitais: uma revisão sistemática de literatura através do método PRISMA
2. Resumo do artigo	Em um mundo cada vez mais interconectado, as redes sociais emergem como uma poderosa força que está reconfigurando o cenário da comunicação, revolucionando a forma como a informação é disseminada, consumida e interpretada. Este estudo adentra o campo da comunicação pública no contexto da era digital, com foco específico nos efeitos e nos desafios decorrentes da implementação das redes sociais no âmbito público. Portanto, a presente pesquisa buscou compreender a comunicação digital na administração pública por meio de uma revisão sistemática de literatura que utiliza o método PRISMA, cujo objetivo é obter informações provenientes dos estudos mais relevantes e atuais do tema pesquisado.
3. Introdução	
3.1 Justificativa	Contribuir com informações resultantes da conclusão da pesquisa, a fim de preencher lacunas no campo de estudo da comunicação pública.
3.2 Objetivos	Compreender, através da análise dos artigos selecionados, os seguintes processos: Como a comunicação pública ocorre por meio das redes sociais? Quais as funções desempenhadas pelas redes sociais nos processos de comunicação pública? Quais as contribuições que as redes sociais proporcionam à comunicação pública?

	Quais as premissas do uso das redes sociais para a comunicação pública? Quais os pontos fortes e fracos do uso de redes sociais para a comunicação pública?
4. Métodos	
Critérios de elegibilidade	Critérios para varredura nas bases e seleção dos artigos: Recorte temporal: 5 anos Idioma: inglês Tipo de publicação: artigos
Fontes	Periódicos CAPES, Web of Science e Taylor & Francis e Scopus. (Apenas artigos em journals)
Estratégia de busca	Palavras-chave: Public Communication OR Digital Social Media OR Social Control
Seleção de estudos	Leitura dos artigos, selecionando os mais relevantes ao objetivo da pesquisa.
Processo de coleta de dados	Através do mecanismo de filtros da base de dados e do <i>software</i> de gerenciamento ZOTERO.
Resultado	786 artigos

Fonte: Moher (2015) e Bonaldo (2021).

Após a definição dos parâmetros de pesquisa, os dados foram inseridos nos filtros de busca das bases de dados, resultando em um levantamento bibliográfico inicial que identificou os principais artigos e autores relevantes para o tema, conforme Moher (2015).

A seleção foi baseada em critérios como relevância, qualidade metodológica e reconhecimento acadêmico. A pesquisa utilizou as bases de dados Periódicos CAPES, Web of Science e Taylor & Francis e Scopus, foi conduzida entre setembro e novembro de 2023. As palavras-chave utilizadas foram “public communication” or “digital social media” or “social control”, inseridas de forma independente, ou seja, a presença de qualquer uma delas já era suficiente para a inclusão nos resultados da busca, sem a exigência de estarem todas presentes no mesmo artigo.

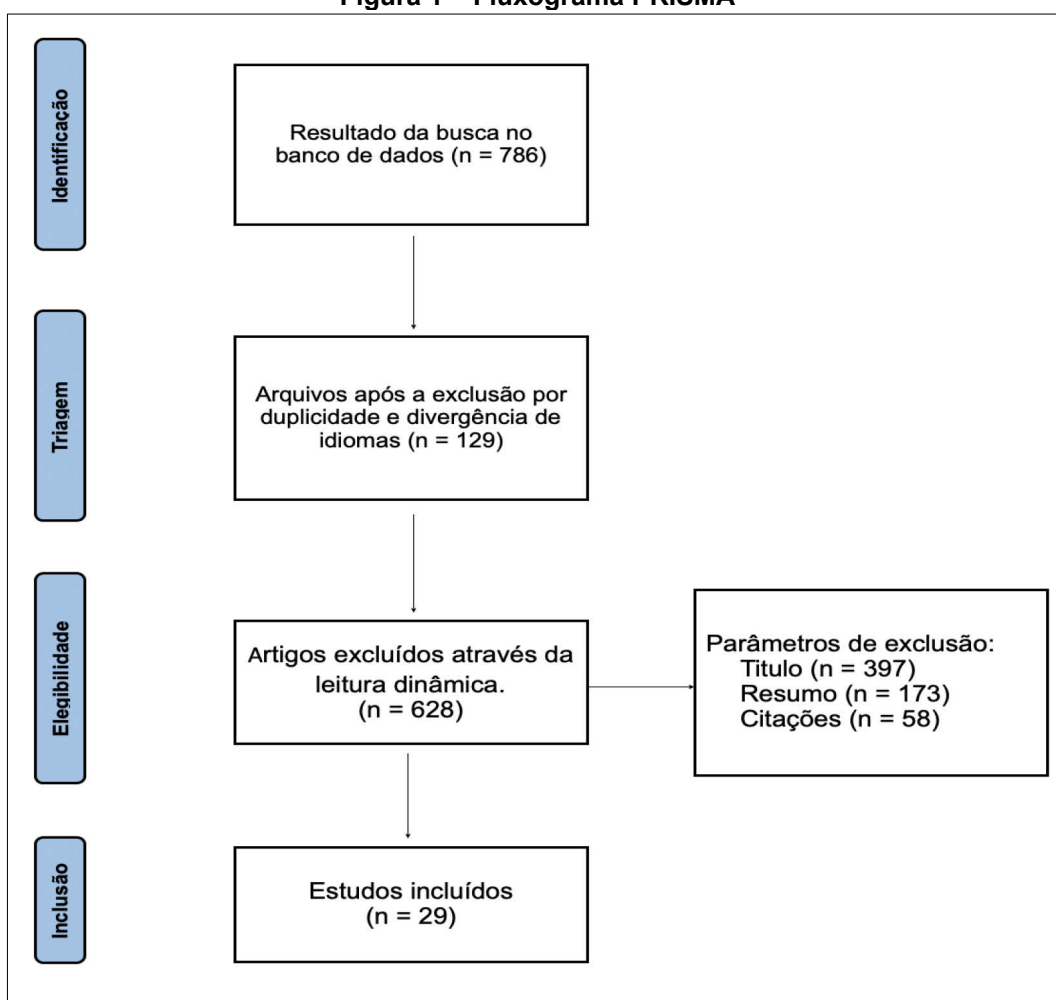
Houve também a determinação do recorte temporal (2018-2023), idiomático (língua inglesa) e de tipologia das fontes (artigos). O critério para priorizar publicações em língua inglesa foi baseado no fato dos estudos recentes sobre o tema estarem disponível nesse idioma, o que amplia a abrangência e o rigor do referencial teórico.

A seleção inicial resultou em 786 artigos, gerenciados através do *software* Zotero, o que permitiu uma análise detalhada dos anos de publicação, palavras-chave, citações e periódicos, conforme descrito por Chirolí *et al.* (2023). Na triagem, foram

aplicados critérios de exclusão de duplicatas e idiomas distintos do definido, resultando na eliminação de 129 artigos e deixando 657 para análise. O Zotero facilitou a exclusão automática de duplicatas e a organização por idioma, garantindo que apenas os artigos relevantes ao tema da pesquisa fossem mantidos.

O diagrama de fluxo a seguir descreve as informações das fases da revisão dos dados, mapeando os registros, incluídos e excluídos, bem como os motivos para a exclusão. Esse diagrama fornece uma visão transparente do processo de seleção de artigos, demonstrando o rigor e a objetividade da metodologia empregada.

Figura 1 – Fluxograma PRISMA



Fonte: Moher (2015) e dados da pesquisa.

Na fase de elegibilidade, três critérios principais foram aplicados: relevância do título, número de citações e alinhamento com os objetivos da pesquisa. Apenas 92 artigos com mais de cinco citações foram mantidos, baseando-se na relevância para a comunicação pública e redes sociais digitais. A seleção foi realizada individualmente

pelo pesquisador, utilizando filtros do Zotero para facilitar a organização. Na etapa final, foram incluídos 29 artigos no portfólio após avaliação dos resumos (ver Quadro 2). Esse processo procurou garantir que a revisão sistemática contribuísse para a qualidade e confiabilidade da pesquisa.

Quadro 2 – Portfólio final

(Continua)

Artigos	Autoria	Ano
Advances in social media research: past, present and future	Kapoor <i>et al.</i>	2018
Beyond platform-centrism and digital universalism: the relational affordances of mobile social media publics	Willems	2021
Big data analysis of policies on disaster Communication	Wahyunengseh, Hastjarjo	2021
Capturing clicks: how the Chinese Government uses clickbait to compete for visibility	Lu, Pan	2021
Citizen participation in public service media: what it really means	Dragomir	2021
Close encounters of the digital kind: a research agenda for the digitalization of public services	Lindgren <i>et al.</i>	2019
Digital domination: social media and contestatory democracy	Aytac	2022
Digital dynamics and change: Challenges concerning media, social processes and democracy	Schaffar	2019
Digital nudging in social media disaster communication	Mirbabaie <i>et al.</i>	2021
Forecasting the governance of harmful social media communications	Edwards <i>et al.</i>	2021
Government policies and attitudes to social media use among users in Turkey	Zagidulliin <i>et al.</i>	2021
Networked audiences and cultural globalization	Li, Jung	2018
On the social construction of geomedia technologies	Fast, Ljungberg, Braunerhielm	2019
Organizational boundary regulation through social media policies	Banghart, Etter, Stohl	2018

Quadro 3 – Portfólio final

(Conclusão)

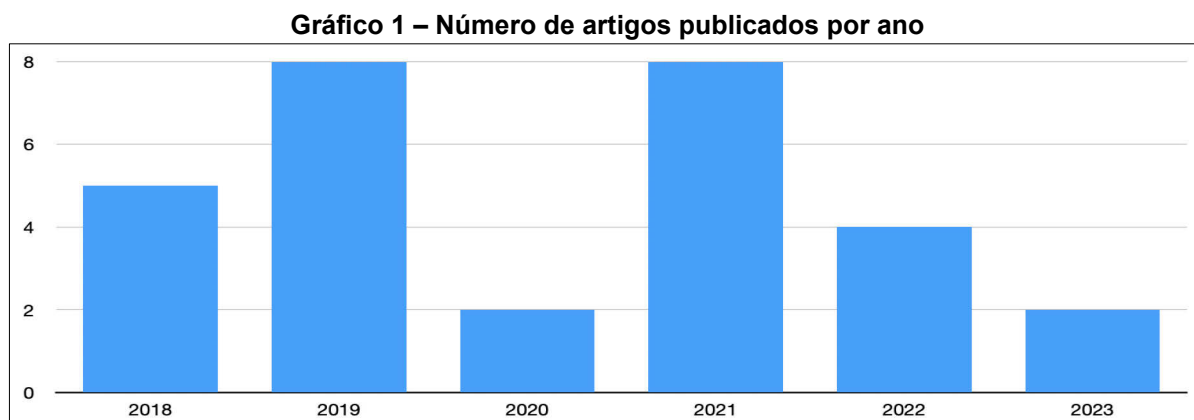
Artigos	Autoria	Ano
P2P surveillance in the global village	Weissman	2019
Political effects of social networks in Russia	Mikhaylenok, Malysheva	2019
Social media advertising efficiency on higher education programs	Cordero-Gutiérrez, Lahuerta-Otero	2020
Social media and policing: a review of recent research	Walsh, O'Connor	2019
Social media and the digital structural transformation of the public sphere	Staab, Thiel	2022
Social media dissidence and activist resistance in Zimbabwe	Matsilele	2021
Social media, interrupted: users recounting temporary disconnection on Instagram	Jorge	2019
Social network behavior and public opinion manipulation	Chen, Chen, Xia	2022
Tech companies and the public interest: the role of the state in governing social media platforms	Stockmann	2023
The dichotomy of public/private in the new media space	Drozdova	2020
The return of the social author: negotiating authority and influence on Wattpad	Ramdarshan Bold	2018
Transformation of South Korean government digital communications	Cho	2022
Truth as social practice in a digital era: iteration as persuasion	Foster	2023
Weibo and the making of Chinese networked publics: witness, debates and expertise	Han	2018
Why do politicians tweet? Extremists, underdogs, and opposing parties as political tweeters	Hong <i>et al.</i>	2019

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

1.4.2 Análise bibliométrica do portfólio bibliográfico

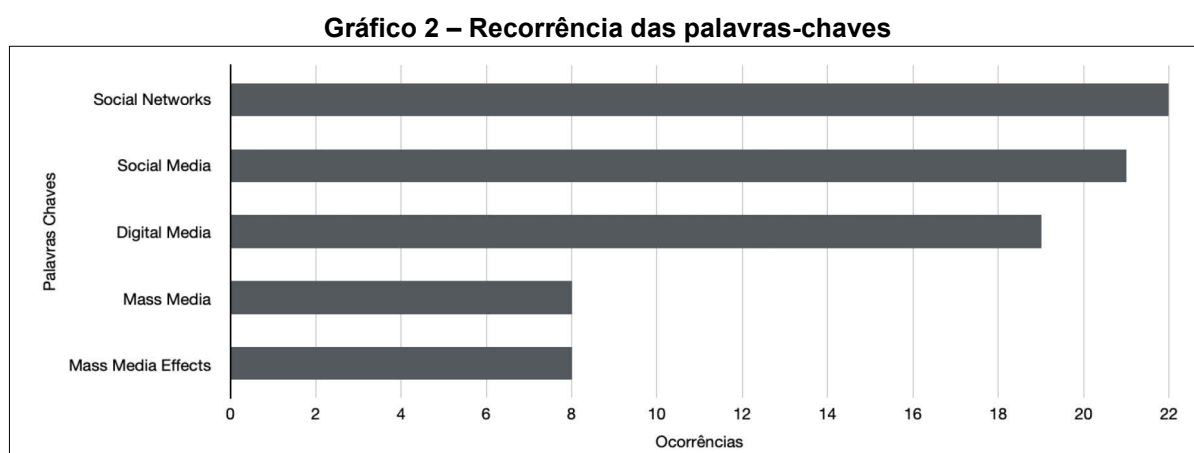
Para realizar uma análise das correlações do portfólio final, foram utilizadas as ferramentas VOSviewer e Numbers, que possibilitaram a criação de gráficos e mapas, destacando termos e dados dos artigos selecionados. A primeira análise focou na

cronologia das publicações, evidenciando a frequência das publicações de 2018 a 2023, conforme os dados do Gráfico 1.



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

No total, foram identificadas 325 palavras-chave, destacando-se as mais recorrentes: “Social Media”, “Social Networks”, “Digital Media”, “Mass Media”, e “Mass Media Effect” (Gráfico 2).



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

O VOSViewer é um software que possibilita a visualização de redes bibliométricas, utilizadas em revisões sistemáticas para mapear conexões entre autores, palavras-chave e fontes de citação, e foi empregado para gerar representações visuais. A ferramenta gerou mapas de coocorrência, nos quais os termos mais frequentes nos textos analisados foram destacados, bem como suas relações de proximidade e intensidade de conexão. Essa abordagem foi útil para identificar padrões temáticos e clusters de pesquisa, evidenciando os principais focos de estudo no campo da comunicação pública e redes sociais.

correlações. Palavras-chave próximas no gráfico são frequentemente usadas juntas, enquanto as mais distantes apontam para conceitos menos relacionados. Essa abordagem aprofundou a compreensão das relações e tendências nos artigos revisados, proporcionando uma visão mais completa do campo de estudo.

A criação de gráficos detalhados sobre artigos, *clusters*, conexões e tendências das palavras-chave, permitiu visualizar as relações entre os materiais do portfólio. Além disso, foi elaborada uma tabela para identificar e analisar os artigos com base em seus periódicos, palavras-chave e número de citações, o que destaca a relevância e a influência dos materiais. O Quadro 3 oferece uma visão clara da popularidade e impacto dos 29 artigos do portfólio final na comunidade acadêmica, revelando padrões e tendências em pesquisas sobre comunicação pública, controle social e redes sociais e servindo como base para futuras investigações no campo.

Quadro 3 – Periódicos, palavras-chave e número de citações do portfólio geral

(Continua)

Artigos	Periódicos	Palavras-chave	Citaç.
Advances in social media research: past, present and future	Information Systems Frontiers	-Social networks -Information systems -Social media research -Systematic review	1522
Beyond platform-centrism and digital universalism: the relational affordances of mobile social media publics	Information, Communication & Society	-Social media -Affordance -Mobile internet -Publics -Global South	48
Big data analysis of policies on disaster communication	IOP Conference Series	-Government communication -Policies -Covid 19 -Big data -Social Media	8
Capturing clicks: how the Chinese Government uses clickbait to compete for visibility	Political Communication	-Propaganda -Social media -China -Clickbait -Quantification	90
Citizen participation in public service media: what it really means	AdComunica	-Public service media -Citizen participation -Funding -Social Media -Digital economy	5

Quadro 3 – Periódicos, palavras-chave e número de citações do portfólio geral

(Continuação)

Artigos	Periódicos	Palavras-chave	Citaç.
Close encounters of the digital kind: a research agenda for the digitalization of public services	Government Information Quarterly	-Citizen-government interaction -Digitalization -Theory building -Public service	399
Digital domination: social media and contestatory democracy	Political Studies (SAGE)	-Digital domination -Neo-republicanism -Social media -Democratic theory -Contestation	14
Digital dynamics and change: challenges concerning media, social processes and democracy	Gruppe Interaktion	-Digitalization -Media change -Media history -Social dynamic	10
Digital nudging in social media disaster communication	Information Systems Frontiers	-Digital nudging -Social media -Disaster communication -Emergency Management	52
Forecasting the governance of harmful social media communications	Policing & Society	-Policy -Social media communication -Governance -Mass Media	18
Government policies and attitudes to social media use among users in Turkey	Technology in Society	-Communication technology -Digital media -Mass media -Government policy -Participation	34
Networked audiences and cultural globalization	Sociology Compass	-Digital media -Globalization -Political science -Social media -Cultural globalization	13
On the social construction of geomedia technologies	Communication and the Public (SAGE)	-Geomedia -Geomediatization -Social construction -Technology -Space/place	37
Organizational boundary regulation through social media policies	Management Communication Quarterly (SAGE)	-Social media -Policies -Boundary logics -Employee communication	58
P2P surveillance in the global village	Ethics and Information Society	-Panopticon -Surveillance -Social media -Self publish	7

Quadro 3 – Periódicos, palavras-chave e número de citações do portfólio geral

(Continuação)

Artigos	Periódicos	Palavras-chave	Citaç.
Political effects of social networks in Russia	Sotsiologicheskie Issledovaniia	-Social network -Social media -Civil society -Legitimization of political power -Political relation	13
Social media advertising efficiency on higher education programs	Spanish Journal of Marketing - ESIC	-Social Media advertising -Efficiently -Facebook ads -Higher Education -Advertising efficiently	37
Social media and policing: a review of recent research	Sociology Compass	-Media studies -Digital media -Risk management -Police -Organization communication	143
Social media and the digital structural transformation of the public sphere	Theory, Culture & Society (SAGE)	-Digital capitalism -Public Sphere -Social media -Structural transformation	31
Social media dissidence and activist resistance in Zimbabwe	Media, Culture & Society (SAGE)	-Citizen and subject -Digital dissidence -Dissidence -Social media	42
Social media, interrupted: users recounting temporary disconnection on Instagram	Social Media + Society (SAGE)	-Instagram -Disconnection -Hashtag -Non-use -Co-opinion	98
Social network behavior and public opinion manipulation	Journal of Information Security and Applications	-Technology policy -Interaction -Manipulation -Social network	41
Tech companies and the public interest: the role of the state in governing social media platforms	Information, Communication & Society	-Social media -Platform regulation -Democracy -Technology	16
The dichotomy of public/private in the new media space	Changing Societies & Personalities	-Virtual public sphere -Social media -Privacy -Digital profiling -Mediaset culture	10
The return of the social author: negotiating authority and influence on Wattpad	Convergence (SAGE)	-Digital reading -Authors -Social media -Digital writing -Self publishing	169

Quadro 3 – Periódicos, palavras-chave e número de citações do portfólio geral

(Conclusão)

Artigos	Periódicos	Palavras-chave	Citaç.
Transformation of South Korean government digital communications	European Journal of Korean Studies	-Democracy -Digital media -Governmental communication -National Petition	45
Truth as social practice in a digital era: iteration as persuasion	AI & Society (Springer)	-Social media -Digital public sphere -Misinformation -Fake news	12
Weibo and the making of Chinese networked publics: witness, debates and expertise	Communication and the Public (SAGE)	-Chinese social media -Memories -Networked publics -On-line discourse -Platforms	18
Why do politicians tweet? Extremists, underdogs, and opposing parties as political tweeters	Policy and Internet (Wiley)	-Digital media -Extremism -New media -Polarization -Journalism	44

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

A abordagem descrita facilitou a compreensão dos resultados da revisão de literatura, aprofundando a interpretação das interconexões entre os materiais analisados. Esse método possibilitou a identificação de padrões e tendências, oferecendo *insights* para a pesquisa e destacando áreas de interesse para investigações futuras. A organização dos dados em quadros e gráficos tornou a análise mais acessível e abrangente. Além disso, a integração de diversas ferramentas e metodologias garantiu uma análise detalhada que fundamenta as discussões e conclusões deste estudo.

1.4.3 Análise dos resultados

A análise focou na comunicação pública nas redes sociais, explorando como ela ocorre, suas funções, contribuições e premissas, além de identificar seus pontos fortes e fracos. As principais lacunas de informação foram categorizadas nessas cinco dimensões. Posteriormente, os artigos foram relacionados e analisados para entender as conexões entre essas lacunas e sua influência na compreensão atual e futura da comunicação pública nas redes sociais.

1.4.3.1 A dinâmica da comunicação pública nas redes sociais digitais

A dinâmica da comunicação pública nas redes sociais digitais é fortemente influenciada por fatores como o avanço tecnológico, as disputas simbólicas entre instituições e as especificidades de cada plataforma digital. A transição dos meios tradicionais para o ambiente digital tem exigido das instituições públicas uma reconfiguração das suas estratégias de comunicação, ampliando não apenas os canais, mas também os formatos e a linguagem utilizados.

Autores como Lindgren *et al.* (2019) e Schaffar (2019) destacam a importância da articulação entre mídias tradicionais e digitais, apontando que os serviços públicos precisam adaptar-se às novas formas de interação e disseminação da informação. Essa transição não é apenas técnica, mas também simbólica, já que redefine o lugar do Estado no ecossistema comunicacional contemporâneo. Complementando essa perspectiva, Montesso Júnior e Campos (2024) observa que a adoção das redes sociais por instituições públicas brasileiras representa justamente essa busca por adequação a um modelo comunicacional mais ágil, interativo e centrado na proximidade com o cidadão.

No plano internacional, Mikhaylenok e Malysheva (2019) analisam como essas mudanças impactam regimes mais rígidos, como o russo, onde a tensão entre a abertura das redes e o controle político gera disputas sobre a legitimidade das mensagens públicas. Li e Jung (2018), ao tratarem da globalização da comunicação, apontam como a manipulação de conteúdo – por meio de estratégias como o *clickbait* – torna-se um instrumento político de alcance e visibilidade, ideia que ganha aprofundamento em Lu e Pan (2021), ao destacarem o papel das redes sociais na construção de engajamento político global.

Essa visibilidade, no entanto, também carrega riscos. À medida que as redes sociais se concentram nas mãos de grandes corporações, cresce a preocupação com o controle desses ambientes digitais. Fast, Ljungberg e Braunerhielm (2019) levantam questões sobre privacidade e segurança, enquanto Willems (2021) introduz o conceito de plataforma-centrismo, chamando atenção para o distanciamento entre as redes sociais e as instituições democráticas. Esse debate é reforçado por Aytac (2022), Zagidullin, Aziz e Kozhakhmet (2021) e Staab e Thiel (2022), que alertam para os riscos do domínio corporativo na esfera pública e suas implicações na formação da opinião e na qualidade da participação democrática.

Por outro lado, estudos como o de Wahyunengseh e Hastjarjo (2021) mostram que, em contextos emergenciais como a pandemia, as redes sociais podem ser mobilizadas positivamente para estimular uma comunicação pública mais participativa. Esse uso está alinhado às observações de Dragomir (2021), que defende o potencial das plataformas digitais como espaços de fortalecimento do engajamento cívico. Ainda assim, como apontam Edwards *et al.* (2021), a proliferação de desinformação e *fake news* revela que tais oportunidades são acompanhadas de desafios significativos.

No cenário brasileiro, essa realidade não é diferente. Avanzi (2021) argumenta que, sobretudo em momentos de alta exposição, como durante a Operação Lava Jato, a Polícia Federal passou a utilizar as redes sociais como instrumento de reposicionamento simbólico e busca de legitimação pública, evidenciando como o ambiente digital passou a compor o repertório estratégico das instituições no exercício do poder simbólico.

Dessa forma, os estudos convergem ao demonstrar que as redes sociais não apenas remodelaram a forma como as instituições públicas se comunicam, mas também redefiniram o próprio espaço da esfera pública digital. A utilização dessas plataformas carrega um potencial transformador para a promoção da transparência, da participação e da democratização da informação, embora exija um olhar atento e crítico sobre seus limites e contradições.

1.4.3.2 Funções da comunicação pública nas redes sociais

A comunicação pública nas redes sociais digitais exerce um conjunto de funções que vão além da mera transmissão de informações. Trata-se de um processo multifacetado, no qual a participação cívica é não apenas incentivada, mas também incorporada às dinâmicas institucionais. As redes sociais transformaram-se em verdadeiros espaços de expressão coletiva, como apontam Kapoor *et al.* (2018), ao observarem que tais plataformas permitem que os indivíduos deixem de ser apenas receptores para se tornarem agentes ativos na criação e na disseminação de conteúdos. Esse caráter colaborativo da comunicação pública digital é ampliado, especialmente, pelo uso massivo de dispositivos móveis, que segundo Willems (2021), tornam a interação institucional mais acessível, sobretudo em países em desenvolvimento.

A comunicação pública, nesse novo ecossistema, assume também um papel simbólico e estratégico. Girotto (2021) contribui com essa perspectiva ao evidenciar que a atuação das instituições públicas nas redes sociais transcende a função informativa: ela é, sobretudo, uma forma de aproximação com o cidadão e de reafirmação da legitimidade institucional. Ao comunicar-se diretamente com o público por meio de postagens, vídeos e interações em tempo real, as instituições passam a exercer também uma função normativa, alinhando sua presença digital aos princípios do interesse público.

A evolução dessas plataformas intensificou outras funções igualmente relevantes, como o engajamento político e a participação social. Estudos como os de Lu e Pan (2021) mostram que as redes conectam culturas e ampliam o alcance de ideias políticas, muitas vezes por meio de estratégias de visibilidade como o *clickbait*, que estimulam a interação dos usuários. A esse respeito, Dragomir (2021) e Zagidullin, Aziz e Kozhakhmet (2021) reforçam que essas plataformas passaram a mediar os processos decisórios, ao mesmo tempo em que moldam a percepção pública sobre o desempenho institucional, influenciando a construção de confiança e a legitimação dos serviços prestados.

Além disso, um diferencial importante das redes sociais em relação aos meios tradicionais está na possibilidade de aferir, em tempo real, o sentimento coletivo. Wahyunengseh e Hastjarjo (2021) e Mirbabaie *et al.* (2021) observam que as interações nas redes (por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos) funcionam como indicadores de opinião pública, possibilitando que instituições adaptem suas mensagens com base nas demandas e preocupações mais evidentes entre os cidadãos.

Contudo, o fortalecimento dessas funções traz consigo desafios estruturais que não podem ser ignorados. Fast, Ljungberg e Braunerhielm (2019) já alertavam para os riscos envolvendo a segurança digital nesse ambiente, enquanto Zagidullin, Aziz e Kozhakhmet (2021) e Aytac (2022) defendem a criação de mecanismos de regulamentação que assegurem o uso ético e responsável das plataformas, sem comprometer os valores democráticos. Aytac (2022) é ainda mais incisivo ao destacar que a concentração de poder nas mãos de grandes corporações de tecnologia representa uma ameaça concreta ao discurso político plural, exigindo medidas regulatórias que equilibrem liberdade de expressão e controle de abusos.

Em síntese, as redes sociais desempenham funções essenciais na comunicação pública contemporânea, da disseminação de informações à promoção do engajamento cívico, passando pela análise de sentimentos sociais em tempo real. Mas, para que essas funções contribuam efetivamente com a qualidade da esfera pública, é indispensável que haja regulamentação que assegure a integridade democrática desse espaço e previna seus potenciais efeitos adversos.

1.4.3.3 Contribuições das redes sociais para o processo de comunicação pública

A análise dos artigos revelou impactos significativos da comunicação pública nas redes sociais, como a democratização da informação e o fortalecimento da participação cívica. Kapoor *et al.* (2018), Cordero-Gutiérrez e Lahuerta-Otero (2020) e Willems (2021) destacam a formação de comunidades e grupos de interesse, a ampliação do acesso à informação e a promoção da participação cívica, mostrando como as redes sociais facilitam a interação e a conexão entre pessoas, além de promover a liberdade de expressão e a mobilização política.

Dragomir (2021), Edwards *et al.* (2021) e Aytac (2022) enfatizam o aumento do controle social, das ações democráticas e do engajamento político, contribuindo para uma esfera pública digital mais inclusiva e participativa. Li e Jung (2018) também ressaltaram a conectividade entre grupos de usuários, superando barreiras geográficas e culturais e promovendo uma “sociedade em rede”, o que reforça o papel das redes sociais na capacitação dos cidadãos e na promoção da transparência e responsabilidade governamental.

A inovação nos serviços públicos é outro efeito importante. Lindgren *et al.* (2019), Schaffar (2019) e Mirbabaie *et al.* (2021) destacam a agilidade e adaptabilidade que a digitalização traz aos serviços públicos, enquanto Lu e Pan (2021) apontam como as tecnologias digitais estão transformando a comunicação política e a forma como os governos gerenciam informações, melhorando a prestação de serviços e atendendo às demandas dos cidadãos.

As redes sociais também amplificam vozes e coordenam ações coletivas. Willems (2021), Zagidullin, Aziz e Kozhakhmet (2021) e Aytac (2022) reconhecem a capacidade dessas plataformas de aumentar a visibilidade e o alcance de atores políticos e movimentos sociais. Mikhaylenok e Malysheva (2019) exploram o impacto específico das redes sociais na legitimação de processos políticos.

Segundo Montesso Júnior e Campos (2024), a utilização das mídias sociais fortalece a imagem institucional ao tornar a administração mais transparente e acessível. Além disso, essas plataformas possibilitam um relacionamento mais direto e contínuo entre governo e cidadãos, ampliando as possibilidades de diálogo e de participação pública.

A segmentação e a mensuração de resultados, destacadas por Mikhaylenok e Malysheva (2019), Cordero-Gutiérrez e Lahuerta-Otero (2020) e Wahyunengseh e Hastjarjo (2021), mostram como as redes sociais permitem uma segmentação mais precisa e a avaliação de campanhas, superando as formas tradicionais de comunicação e beneficiando o sucesso de políticas públicas.

As contribuições identificadas, desde a democratização da informação e promoção da participação cívica até a eficiência na prestação de serviços públicos, ilustram como a comunicação pública nas redes sociais transforma a esfera pública digital e influencia positivamente vários aspectos da sociedade. Essa análise destaca as diversas maneiras pelas quais as redes sociais favorecem a comunicação pública, promovendo interação, participação e transparência nas relações governamentais e sociais.

1.4.3.4 Premissas da comunicação pública nas redes sociais

Os estudos analisados destacam a crescente importância das redes sociais e das tecnologias digitais na comunicação pública, especialmente em situações emergenciais, como a pandemia de covid-19, nas quais elas oferecem meios eficazes de interação e disseminação de informações (Wahyunengseh; Hastjarjo, 2021). Kapoor *et al.* (2018) evidenciam o interesse acadêmico em compreender os impactos dessas plataformas na sociedade contemporânea, enquanto Lu e Pan (2021) sublinham que a proliferação das mídias sociais exige que os governos ampliem suas estratégias para além da propaganda política tradicional, dado o papel dessas tecnologias nos processos democráticos e eleitorais.

Zagidullin, Aziz e Kozhakhmet (2021) e Aytac (2022) discutem a centralidade das redes sociais na comunicação contemporânea e seu impacto na sociedade, cultura e formação da opinião pública, assim como nas políticas públicas relacionadas às mídias sociais na formação das atitudes dos cidadãos, ressaltando a democratização da comunicação e a transformação dos serviços governamentais. A

comunicação pública, no contexto digital analisado por Girotto (2021), se sustenta sobre a premissa de que o cidadão contemporâneo é hiperconectado e espera transparência, agilidade e interatividade das instituições.

Ramdarshan Bold (2018) e Cho (2021) abordam as premissas de interatividade, participação ativa e adaptabilidade tecnológica nas redes sociais, destacando a necessidade de adaptação contínua às mudanças tecnológicas para assegurar uma comunicação eficaz. Para Avanzi (2021), uma das premissas que fundamenta o uso das redes sociais pela Polícia Federal é a compreensão de que o apoio popular é um recurso estratégico no contexto de disputas simbólicas entre instituições estatais.

Banghart, Etter e Stohl (2018) e Fast, Ljungberg e Braunerhielm (2019) discutem a necessidade de regulamentação das redes sociais para mitigar seus efeitos negativos nos processos democráticos e nas políticas organizacionais, enquanto Weissman (2019) alerta sobre as ameaças à liberdade individual devido à vigilância e controle nas redes sociais. Drozdova (2020) enfatiza a autonomia dos usuários na produção de conteúdo, sublinhando a importância da privacidade, segurança e independência como premissas fundamentais na comunicação por meio das redes sociais.

Em resumo, os estudos ressaltam as premissas das redes sociais e tecnologias digitais na comunicação pública, destacando sua centralidade na formação da opinião pública e na transformação dos serviços governamentais, além da participação social e da adaptabilidade tecnológica como aspectos essenciais. No entanto, também alertam para a necessidade de regulamentação que proteja a democracia, a liberdade individual, a privacidade e a autonomia dos usuários.

1.4.3.5 Pontos fortes e fracos da comunicação pública nas redes sociais

A análise dos artigos revela tanto os pontos fortes quanto os desafios da comunicação pública nas redes sociais, destacando sua capacidade de moldar a opinião pública, influenciar políticas e conectar comunidades, mas também as limitações que surgem nesse processo. Entre os pontos de correlação identificados, Kapoor *et al.* (2018) discute como a sobrecarga de informações pode dificultar a tomada de decisões, o que se relaciona com a análise de Mikhaylenok e Malysheva

(2019) sobre a manipulação em massa da consciência pública, em que a disseminação de informações falsas pode confundir e influenciar os usuários.

Outro ponto de correlação é a discussão de Dragomir (2021) sobre a burocracia governamental, frequentemente desalinhada das características inovadoras das redes sociais, e a análise de Aytac (2022) sobre a interferência arbitrária das empresas de mídia social, em que as ações de governos e empresas podem limitar tanto a inovação quanto a liberdade dos usuários. Complementando, Avanzi (2021), aponta limitações em relação ao predomínio de uma comunicação unilateral, com baixa abertura para o diálogo e pouca escuta ativa dos usuários, o que também compromete o potencial interativo dessas plataformas.

Montesso Júnior e Campos (2024) ressalta o alcance rápido e diversificado das mensagens. Lindgren *et al.* (2019) abordam o uso de dados para controle e monitoramento dos cidadãos, conectando-se com Mirbabaie *et al.* (2021), que discutem como o excesso de informações pode reduzir a efetividade das ações e ampliar a disseminação de informações falsas. O uso indiscriminado de dados pode, portanto, prejudicar as ações governamentais e favorecer a desinformação.

Entre os principais pontos fortes destacados, incluem-se: 1) o incentivo à consulta na tomada de decisão (Kapoor *et al.*, 2018); 2) o alcance e acessibilidade das redes sociais, permitindo que informações alcancem uma grande audiência em tempo real (Cho, 2021); 3) a democratização do acesso à informação (Drozdova, 2020); 4) a formação de comunidades e senso de pertencimento (Willems, 2021); 5) parcerias colaborativas (Wahyunengseh; Hastjarjo, 2021); 6) acesso à informação e democratização (Mirbabaie *et al.*, 2021); 7) otimização de serviços (Lindgren *et al.*, 2019); e 8) democratização das políticas públicas (Zagidullin; Aziz; Kozhakhmet, 2021).

Por outro lado, entre os principais pontos fracos estão: 1) a sobrecarga de informações e propagação de desinformação (Kapoor *et al.*, 2018); 2) controle excessivo e censura (Willems, 2021); 3) disseminação de *fake news* (Wahyunengseh; Hastjarjo, 2021); 4) manipulação e falsificação de dados (Drozdova, 2020; Lu, 2021); 5) violações de privacidade (Fast; Ljungberg; Braunerhielm, 2019); 6) exclusão de grupos marginalizados (Cho, 2021); 7) câmaras de eco, expondo usuários apenas a informações que confirmam suas crenças (Foster, 2023); 8) uso das plataformas para assédio, *bullying* e manipulação de opiniões e comportamentos (Han, 2018; Foster,

2023); e 9) o domínio de grandes grupos de mídias tradicionais e a falta de regulamentação (Zagidullin; Aziz; Kozhakhmet, 2021; Aytac, 2022).

Diante dos pontos fortes e fracos levantados, a comunicação pública nas redes sociais demonstra um potencial transformador, mas exige vigilância constante sobre suas vulnerabilidades. A pluralidade e a acessibilidade dessas plataformas abrem novos caminhos para a interação entre cidadãos e governo, mas também trazem à tona questões éticas e estruturais que podem comprometer sua eficácia. Para que a comunicação pública nas redes sociais cumpra seu papel democrático, é fundamental equilibrar liberdade de expressão, proteção contra abusos e preservação da privacidade. Somente com uma regulamentação adequada e um olhar crítico será possível garantir que esses espaços permaneçam inclusivos, transparentes e participativos, sem sucumbir aos riscos de manipulação e desinformação.

1.4.4 Lacunas de pesquisa

A revisão da literatura revelou contribuições teóricas sobre o uso das redes sociais na comunicação pública. No entanto, persistem lacunas que indicam a necessidade de investigações mais aprofundadas, especialmente no que diz respeito ao papel da comunicação digital em contextos institucionais e regionais. Embora o uso de mídias sociais, como o Instagram, por órgãos públicos tenha sido discutido em abordagens generalistas, ainda faltam investigações focadas nas particularidades locais e institucionais, demonstrando que existem lacunas importantes no entendimento das dinâmicas de uso dessas ferramentas por órgãos públicos, apesar de algumas exceções, como os estudos de Avanzi (2021), Montesso Júnior e Campos (2024) e Giroto (2021).

Por exemplo, Schaffar (2019) aponta uma dimensão frequentemente negligenciada na literatura: a formação de competências para lidar com a crescente complexidade das mídias digitais. Segundo o autor, o letramento midiático e digital ainda não está plenamente integrado às práticas institucionais, o que pode limitar o potencial das redes sociais para promover uma comunicação mais clara e efetiva. Lindgren *et al.* (2019) aprofundam essa discussão ao observar que, embora a digitalização dos serviços públicos tenha sido amplamente estudada, faltam investigações sobre como essa transformação altera a interação entre cidadãos e instituições públicas. As mudanças introduzidas pelas tecnologias digitais afetam não

apenas a disseminação de informações, mas também as possibilidades de engajamento e transparência na comunicação governamental.

Dragomir (2021) acrescenta uma crítica ao predomínio de modelos comunicativos unidirecionais, nos quais as instituições públicas transmitem informações de forma vertical, sem criar oportunidades significativas de participação ativa dos cidadãos. Essa limitação contrasta com o potencial interativo das redes sociais, que ainda permanece subexplorado em grande parte das práticas institucionais. Willems (2021), por sua vez, aponta que o relacionamento entre usuários, tecnologias e os contextos específicos em que essas plataformas são aplicadas é frequentemente subestimado, resultando em uma compreensão superficial dos impactos comunicacionais.

Staab e Thiel (2022) abordam a transformação digital da esfera pública, destacando que há ainda muito a ser explorado sobre o papel das redes sociais na construção de narrativas institucionais e na formação de percepções públicas. Por fim, Foster (2023) problematiza como as narrativas de verdade e falsidade são moldadas no ambiente digital, tema essencial ao se considerar a comunicação pública em ambientes de alta circulação de informações, como as redes sociais.

Embora o recorte inicial da revisão tenha priorizado estudos publicados em inglês, com o objetivo de captar os debates mais recentes e amplamente referenciados no campo internacional, foram incorporados também trabalhos desenvolvidos no Brasil que tratam especificamente do uso das redes sociais por órgãos públicos. Essa ampliação visa fortalecer o diálogo entre a literatura global e o contexto nacional, especialmente no que se refere às práticas comunicacionais de instituições públicas brasileiras.

No contexto nacional, pesquisas mais específicas têm se dedicado a explorar o uso de redes sociais por órgãos públicos. Montesso Júnior e Campos (2024) analisou o uso do Facebook e Instagram por prefeituras da microrregião de Varginha-MG, focando na apropriação, atuação e impacto dessas plataformas, enquanto Giroto (2021) explorou a comunicação externa da Polícia Federal brasileira em redes sociais.

Além disso, destaca-se o estudo de Avanzi (2021), que investigou as estratégias de engajamento adotadas nas mídias sociais da Polícia Federal. Por meio de uma análise qualitativa de postagens no Facebook e no Instagram, a autora identificou que as ações de comunicação da instituição se concentram fortemente na construção de uma imagem positiva, no reforço da autoridade institucional e na

mobilização do público por meio de elementos como linguagem visual, campanhas temáticas e interação moderada.

Esses estudos representam contribuições valiosas para a compreensão da comunicação pública em mídias sociais no Brasil, especialmente ao explorarem o uso de plataformas digitais por diferentes órgãos públicos. Diante disso, esta pesquisa busca acrescentar e enriquecer essa literatura ao focar nas Polícias Civis da Região Sul do Brasil, abordando contextos regionais e práticas comunicacionais de forma comparativa.

Embora a proposta dialogue com investigações anteriores, ela se diferencia ao explorar instituições de segurança pública com a mesma função institucional, considerando como as particularidades locais podem influenciar as estratégias de comunicação e o alinhamento às diretrizes institucionais. Dessa forma, o estudo amplia a compreensão sobre o uso de redes sociais como ferramenta de comunicação pública, sem se limitar a reproduzir abordagens anteriores, mas contribuindo para o aprofundamento e diversificação do campo.

Levando em consideração as lacunas identificadas na literatura e por meio da interpretação dos resultados obtidos, formulou-se a questão central desta pesquisa, que busca compreender quais são os padrões predominantes na comunicação das Polícias Civis pelo Instagram e como as diretrizes institucionais estão refletidas nessa prática de comunicação. Esta pesquisa se alinha às contribuições existentes ao aprofundar a análise comparativa das práticas comunicacionais e suas diretrizes institucionais em um contexto regional específico. Ao investigar o uso do Instagram por três Polícias Civis estaduais, a proposta busca ampliar e diversificar as perspectivas sobre o uso das redes sociais por instituições de segurança pública, oferecendo uma abordagem que, embora inspirada em estudos anteriores, explora dimensões comunicacionais ainda pouco abordadas no campo da comunicação pública.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo aborda os principais conceitos e teorias relacionados à comunicação pública e ao uso de redes sociais. O objetivo é oferecer uma compreensão conceitual das redes sociais como plataformas de interação e comunicação, além de explorar o papel da comunicação pública na sociedade contemporânea e a integração das redes sociais nesse contexto. A discussão teórica fundamenta-se em estudos e autores renomados na área, proporcionando uma base sólida para a análise proposta.

2.1 Redes sociais

As redes sociais consistem em plataformas digitais que facilitam a formação de relacionamentos entre usuários de diferentes origens, resultando em uma estrutura social rica e diversificada (Kapoor *et al.*, 2018). Consolidaram-se como canais de comunicação preeminentes na contemporaneidade, promovendo interações dinâmicas e atendendo a uma ampla gama de necessidades, como o acesso a notícias, entretenimento, conexões sociais e comercialização de produtos e serviços (Cordero-Gutiérrez; Lahuerta-Otero, 2020). Essas redes revolucionaram a comunicação e a interação entre indivíduos e organizações, fomentando uma cultura de abertura e compartilhamento que supera barreiras geográficas e históricas. Além disso, oferecem espaços de discussão e troca de informações que impactam significativamente o tecido social e político, ampliando o alcance e a influência das vozes individuais no cenário público (Scheinbaum, 2017).

No contexto das redes sociais, além de possibilitar a expressão de opiniões e o compartilhamento de informações, essas plataformas incentivam a participação ativa em debates públicos e moldam a opinião coletiva. Pinto e Junqueira (2008) definem redes sociais como estruturas organizacionais compostas por interconexões entre indivíduos, nas quais a qualidade e intensidade dessas conexões são fundamentais para a funcionalidade da rede. Essas redes refletem relações de poder existentes e funcionam como ferramentas para a construção de projetos coletivos, sendo predominantemente formadas por pessoas que estabelecem e mantêm vínculos entre si.

Com a transformação digital, as redes sociais reformularam tanto a comunicação interpessoal quanto as dinâmicas organizacionais e sociais. Schaffar (2019) argumenta que essas plataformas promoveram uma transição da comunicação unilateral, típica dos meios de comunicação de massa, para um modelo participativo, no qual os indivíduos atuam também como produtores de conteúdo. Esse processo contribuiu para democratizar o acesso à informação, mas também trouxe desafios significativos para a gestão da comunicação nas organizações, desempenhando um papel central na desconstrução das hierarquias tradicionais de comunicação ao forçar as organizações a repensarem suas estratégias de engajamento e controle de informações.

Lundmark, Oh e Verhaal (2016) destacam que, ao integrarem diversas fontes de legitimidade, as redes sociais se tornaram essenciais para a promoção da participação cívica e da transparência. No entanto, Kapoor *et al.* (2018) alertam que, ao ampliarem o alcance e fomentarem diálogos, essas plataformas também enfrentam desafios, como a disseminação de informações falsas e a polarização do debate público, tornando o ambiente digital um espaço complexo e, por vezes, problemático.

Complementando essa perspectiva, Zagidullin, Aziz e Kozhakhmet (2021) definem redes sociais como um conjunto de aplicações na Internet baseadas em fundamentos ideológicos e tecnológicos que permitem a criação e troca de conteúdo gerado pelo usuário. Essa definição ressalta a essência colaborativa e interativa dessas plataformas, que se tornaram fundamentais em diversos domínios públicos, como o entretenimento, o ativismo político e a prestação de serviços, revolucionando a comunicação e a mobilização social.

Christakis e Fowler (2009), ao focarem nas relações interpessoais, conceituam redes sociais como padrões de relações formadas por pessoas conectadas umas às outras. Essas conexões, que vão desde amizades até interações profissionais, influenciam decisões, comportamentos e até mesmo a saúde dos indivíduos. Aytac (2022) complementa essa visão ao definir redes sociais como uma arquitetura digital projetada para organizar interações entre usuários. Embora facilitem as interações, essas plataformas também exercem controle significativo sobre o discurso político, representando um desafio à qualidade democrática ao influenciar as escolhas dos cidadãos e limitar sua capacidade de participação plena no espaço público.

Willems (2021) descreve as redes sociais como plataformas cujas funcionalidades e usos são moldados pela interação entre tecnologia, usuários e os

contextos midiáticos, físicos e políticos em que operam. Ele sugere que as disposições relacionais dessas plataformas variam conforme o ambiente e destaca a importância de entender como essas redes são apropriadas em diferentes contextos geográficos e culturais.

Tanto as plataformas privadas quanto os serviços de comunicação pública enfrentam desafios no ambiente digital para garantir a qualidade das informações e manter o engajamento com o público. Ao conectar usuários de diferentes origens, as redes sociais geram uma quantidade massiva de informações, o que, paradoxalmente, dificulta a busca por dados confiáveis (Dragomir, 2021). Assim, as redes sociais desempenham um papel central na sociedade, não apenas como canais de comunicação, mas também como influenciadores na organização social e na participação pública. Adaptar-se e compreender essas plataformas é essencial para promover uma comunicação mais equitativa, beneficiando tanto organizações quanto indivíduos no ambiente digital.

2.2 Comunicação pública

A comunicação pública é uma disciplina multifacetada que abrange as interações entre governo e sociedade civil, visando promover a transparência, a participação cidadã e a prestação de contas. De acordo com Viegas *et al.* (2022), ela desempenha um papel essencial ao garantir a transparência dos atos governamentais e possibilitar a fiscalização contínua das ações dos representantes eleitos e da burocracia pública. Esse processo comunicativo permite que o cidadão exerça controle sobre o governo, não apenas durante as eleições, mas ao longo de todo o ciclo de políticas públicas.

Melo e Carniello (2021) já defendiam que tais práticas de comunicação deveriam ser claras, acessíveis e possibilitar a participação ativa dos cidadãos nos processos decisórios, aspectos fundamentais para a construção da confiança e a transparência. Por meio da visibilidade e acessibilidade das ações governamentais, a comunicação pública fortalece a relação entre o Estado e a sociedade, promovendo um ambiente de maior interação direta.

Santos, Silva e Maciel (2021) definem a comunicação pública como um processo que envolve a disseminação de informações voltadas para a cidadania, utilizando as redes sociais como ferramentas cruciais. Essas plataformas digitais

fomentam uma cultura de transparência e incentivam a participação ativa da sociedade, permitindo que os cidadãos exerçam controle social e se envolvam na tomada de decisões públicas. Nesse contexto, as redes sociais ampliam o alcance e a eficácia da comunicação pública, fortalecendo o diálogo entre o poder público e a população.

Drozдова (2020) aborda que a comunicação pública mediada digitalmente implica na transformação das fronteiras entre o público e o privado, onde questões privadas se tornam visíveis e sujeitas ao escrutínio público. Nesse ambiente, a visibilidade torna-se uma forma de poder e controle social, refletindo a ambivalência da esfera pública contemporânea.

Castells (1999) sublinhou a importância de ampliar os espaços de diálogo e participação, permitindo que os cidadãos se envolvam significativamente nos processos políticos. A sociedade contemporânea, caracterizada por redes de informação e comunicação, facilita a disseminação de informações e a mobilização social, ampliando o impacto da comunicação pública e permitindo que indivíduos e grupos organizem movimentos sociais em prol de mudanças políticas.

Conforme Staab e Thiel (2022) discutem, a comunicação pública configura-se como um espaço onde interações digitais, mediadas por controles comportamentais e mercados, moldam a esfera pública democrática. Nesse cenário, o papel do cidadão se expande de um consumidor passivo para um participante ativo, embora tal participação esteja constantemente ameaçada por interesses econômicos dominantes no espaço digital.

A importância das plataformas digitais móveis na comunicação pública também é destacada por Willems (2021), que investiga como a formação de comunidades nessas plataformas pode contribuir para a democratização da comunicação. Elas permitem que os cidadãos se engajem diretamente em discussões políticas e compartilhem informações em tempo real, promovendo uma comunicação mais inclusiva e participativa, especialmente em contextos de acesso restrito à informação.

Foster (2023) ressalta que, no contexto digital, a comunicação pública é um fenômeno coletivo e performativo, onde verdade e falsidade são práticas sociais moldadas pela interação coletiva. Nesse ambiente, a avaliação das mensagens foca na agência e nos impactos sistêmicos que geram, tornando a comunicação pública uma ferramenta poderosa para moldar percepções e influenciar comportamentos.

Por fim, Wahyunengseh e Hastjarjo (2021) descrevem a comunicação pública como um processo essencial para que o governo dissemine informações e influencie a percepção pública, especialmente em momentos de crise. Essa comunicação é vital para reduzir incertezas e promover comportamentos seguros, sendo fundamental para construir e manter a confiança entre governo e público. Dragomir (2021) complementa essa visão ao argumentar que, com a crescente digitalização, a comunicação pública deve ser adaptada para garantir que as mídias de serviço público permaneçam relevantes e confiáveis, promovendo plataformas que facilitem a participação ativa da sociedade civil.

Em resumo, a comunicação pública, abordada por diversas áreas do conhecimento, é fundamental para promover o diálogo e o debate público. Por meio de diversos canais, como a internet e as redes sociais, visa informar e envolver os cidadãos nos processos políticos, sendo essencial para a construção de políticas públicas que atendam às necessidades da sociedade. Assim, a comunicação pública se configura como um tema em constante evolução, particularmente relevante no contexto digital, cuja interação entre capitalismo e esfera pública demanda um entendimento aprofundado (Staab; Thiel, 2022).

2.3 Democracia digital

A integração entre redes sociais e comunicação pública desempenha um papel crucial na evolução da democracia digital, especialmente desde os anos 2000, com o advento da internet. Conceitos como interação e colaboração tornaram-se centrais nas redes digitais, redefinindo a dinâmica social em diversas esferas e a relação entre cidadãos e Estado. Nesse contexto, Tello e Lima (2013) destacam que as redes sociais transformaram a comunicação pública ao promover uma democracia digital mais acessível e participativa, facilitando a disseminação de informações e a interação direta entre governo e sociedade, o que aumenta a transparência e fortalece a participação cidadã nas decisões públicas. Ampliando essa perspectiva, Staab e Thiel (2022) argumentam que a democracia digital representa uma transformação estrutural na esfera pública, em que o cidadão evolui de consumidor passivo para participante ativo. Contudo, essa transformação enfrenta desafios; a interseção entre controle digital e interesses comerciais pode comprometer o processo democrático, singularizando audiências e submetendo-as aos mercados privados.

Por outro lado, as mídias sociais emergem como espaços de resistência e contestação das narrativas hegemônicas. Matsilele e Ruhanya (2021) apontam que essas plataformas permitem que cidadãos organizem resistências, exponham injustiças e mobilizem apoio de maneira fluida, conectando o ambiente online ao offline e criando novas formas de ativismo político. Aichner *et al.* (2021) analisam como as plataformas digitais fomentam a interação e o engajamento entre indivíduos e organizações, transformando a relação entre sociedade e Estado ao promover um diálogo contínuo no qual ambas as partes moldam mutuamente políticas e governança. Schaffar (2019) já abordava esse tema, destacando a reconfiguração da comunicação interpessoal e dos processos democráticos promovida pela integração das mídias, ressaltando o papel vital das redes sociais em assegurar a liberdade de expressão e monitorar os detentores do poder, enquanto a digitalização exige constante adaptação das estratégias de comunicação para manter uma cultura democrática.

Drozдова (2020) observa que, com as novas mídias, as fronteiras entre o público e o privado tornam-se cada vez mais fluidas, e as novas formas de visibilidade digital transformam a comunicação pública em um meio tanto de facilitação de discussões quanto de controle por parte do Estado e do mercado, refletindo a ambivalência da comunicação pública contemporânea. A complexidade desse cenário é especialmente visível na gestão de crises, como demonstram Wahyunengseh e Hastjarjo (2021), que destacam a importância da comunicação pública em fornecer informações claras e consistentes durante emergências.

Além disso, a influência das redes sociais na opinião pública é relevante. Kapoor *et al.* (2018) apontam que essas plataformas reconfiguram as dinâmicas culturais e comunicacionais em escala global, ampliando discussões políticas e moldando a percepção pública. Complementando essa visão, Chen, Chen e Xia (2022) destacam o uso de estratégias de marketing como mecanismos para influenciar percepções e comportamentos em larga escala. Willems (2019) acrescenta que a influência das redes sociais não ocorre de forma isolada, mas é moldada pelos contextos físicos, mediados e políticos, amplificando as vozes dos usuários conforme o ambiente em que estão inseridos.

Han (2018) revela o potencial das redes sociais para criar “públicos em rede”, promovendo debates e incentivando a participação cívica. Lindgren *et al.* (2019) complementam essa visão, concluindo que a digitalização dos serviços públicos,

especialmente por meio das redes sociais, é essencial para promover um engajamento mais direto entre governo e população. No entanto, eles também alertam para a opacidade dos algoritmos e a concentração de poder em poucas plataformas, fatores que podem comprometer a qualidade democrática. Zagidullin, Aziz e Kozhakhmet (2021) observam que, embora as redes sociais ampliem a participação cidadã e desafiem narrativas oficiais, políticas governamentais restritivas podem minar a confiança dos usuários e o potencial das redes para fortalecer a democracia digital. Por fim, Aytac (2022) alerta para os perigos da moderação de conteúdo e dos algoritmos, que podem restringir a diversidade e controlar o engajamento discursivo, reforçando a ideia de que as redes sociais desempenham um papel ambíguo, funcionando tanto como ferramentas de controle quanto de engajamento, e moldando a esfera pública de forma a refletir essa dualidade.

2.4 Transparência

O princípio da publicidade, previsto no artigo 37 da Constituição Federal de 1988, estabelece que os atos da administração pública devem ser divulgados, garantindo o conhecimento por parte da sociedade. Esse princípio está diretamente relacionado à legitimidade dos atos administrativos e à promoção da *accountability*, permitindo que os cidadãos tenham acesso às informações necessárias para o controle e fiscalização do poder público. A publicidade, portanto, figura como um dos pilares da administração pública, ao lado da legalidade, impessoalidade, moralidade e eficiência, compondo um conjunto normativo que orienta a atuação estatal em direção à responsabilidade, à visibilidade e à transparência.

Embora frequentemente utilizados como sinônimos, publicidade e transparência não se confundem. A publicidade refere-se à obrigação formal de tornar públicos os atos administrativos, enquanto a transparência implica uma dimensão qualitativa, relacionada à forma como essas informações são disponibilizadas, acessadas e compreendidas pelos cidadãos. Já a transparência é reconhecida como um desdobramento e, ao mesmo tempo, uma ampliação da publicidade, na medida em que exige não apenas a divulgação dos dados, mas também a sua inteligibilidade, acessibilidade e relevância para o exercício do controle social. Bobbio (1986) já defendia que, como valor democrático, a transparência articula-se ao direito à informação e à participação cidadã, e Klein (2018) atualizam essa concepção ao

ênfatizar que a transparência fortalece não apenas a eficiência administrativa, mas também a confiança nas relações entre Estado e sociedade.

Nesse sentido, a transparência se consolida como elemento essencial à governança democrática, permitindo o acompanhamento mais efetivo das ações estatais e inibindo práticas de corrupção. A abertura de dados públicos, por exemplo, contribui significativamente para a melhoria da gestão pública e o fortalecimento de padrões éticos de comportamento entre gestores, como demonstram os estudos de Vadlamannati e Cooray (2017). No Brasil, a promulgação da Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011) representou um marco regulatório importante, estabelecendo parâmetros legais para a disponibilização de informações públicas e viabilizando maior escrutínio social sobre processos administrativos.

A LAI institui dois mecanismos fundamentais de acesso à informação: a transparência ativa e a transparência passiva. A transparência ativa refere-se à divulgação espontânea de informações pelos órgãos públicos, especialmente por meio dos portais da transparência, que disponibilizam dados sobre estrutura organizacional, competências, receitas e despesas, contratos, licitações e políticas públicas. Tal divulgação deve seguir as diretrizes da LAI e priorizar a acessibilidade da linguagem e a redução de barreiras técnicas. Já a transparência passiva diz respeito ao atendimento a solicitações específicas feitas pelos cidadãos, que podem ser realizadas presencialmente ou por meio eletrônico, através do Serviço de Informação ao Cidadão (SIC).

Assim, a transparência pública assume um papel estratégico na promoção do controle social, fomentando uma cultura de abertura institucional e de participação democrática. Mais do que um dever normativo, a transparência pública constitui um instrumento fundamental para fortalecer o vínculo entre governo e sociedade, ampliando a responsabilidade estatal e qualificando a cidadania. Ainda nessa perspectiva, Possamai e Schindler (2017) apontam que a efetividade da transparência não depende exclusivamente do cumprimento legal, mas está associada a variáveis como o porte populacional, a capacidade orçamentária e o grau de profissionalização da gestão pública, fatores que condicionam a implementação concreta da LAI. Tais elementos revelam que o ideal democrático da transparência ainda enfrenta desafios estruturais, exigindo esforços contínuos para que a abertura de dados públicos resulte, de fato, em maior participação e controle social.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo apresenta os procedimentos metodológicos adotados para alcançar os objetivos da pesquisa. Estão descritos o método de análise de conteúdo, a categorização dos dados, os critérios de amostragem, as técnicas de coleta e sistematização das informações, bem como a análise documental das normas institucionais. A metodologia está estruturada para permitir a identificação dos padrões comunicacionais adotados, além da verificação do alinhamento entre esses padrões e as diretrizes normativas oficiais.

O estudo teve como objetivo analisar o uso do Instagram pelas Polícias Cíveis do Paraná (PCPR), de Santa Catarina (PCSC) e do Rio Grande do Sul (PCRS), buscando compreender seus padrões comunicacionais predominantes, classificando-os em conteúdo informativo, educativo, institucional e de engajamento, e examinando de que forma as diretrizes institucionais de comunicação estabelecidas se materializam na prática. A análise foi realizada a partir de 105 postagens publicadas nos perfis oficiais das corporações no Instagram, coletadas entre maio de 2024 e janeiro de 2025. As postagens foram codificadas com base em variáveis como tipo de conteúdo, formato da mídia e presença de *emojis* e *hashtags*.

Para atingir os objetivos propostos, a pesquisa utilizou como principal técnica de análise a análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2016), a qual permite a identificação de sentidos manifestos e latentes em mensagens comunicacionais. Essa técnica foi aplicada tanto sobre os dados coletados quanto sobre documentos institucionais, que constituem as fontes da análise documental. Neste caso, a análise documental seguiu os procedimentos de análise descritos por Lima Junior *et al.* (2021), possibilitando examinar as diretrizes normativas que orientam a comunicação pública de cada corporação. A adoção conjunta dessas abordagens metodológicas permitiu uma compreensão da comunicação institucional no ambiente digital, articulando práticas observadas e normativas formais.

3.1 Unidades de análise e critérios de categorização

De acordo com Bardin (2016), a unidade de registro corresponde ao menor elemento significativo selecionado como base para a codificação, podendo ser uma palavra, frase, tema ou imagem, enquanto a unidade de contexto é o segmento maior

que permite compreender plenamente o sentido daquele registro, como o conjunto de mensagens ou o discurso mais amplo no qual ele está inserido. Neste estudo, a unidade de registro adotada foi a postagem individual publicada no Instagram, considerada em sua totalidade (imagem, legenda, *hashtags*, *emojis* e tipo de mídia). A unidade de contexto correspondeu ao conjunto de postagens realizadas nos perfis institucionais das Polícias Cíveis do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, entre maio de 2024 e janeiro de 2025. A delimitação clara dessas unidades permitiu realizar uma análise sistemática, respeitando os níveis de significado presentes tanto nos elementos isolados quanto em seu conjunto comunicacional.

A categorização das postagens foi orientada pelos princípios metodológicos da análise de conteúdo, conforme Bardin (2016), especialmente no que se refere à identificação de unidades temáticas, entendidas como agregados de sentido que emergem da recorrência e da relevância dos conteúdos analisados. A construção das categorias partiu da leitura flutuante do material e da posterior organização dos dados em torno de núcleos de sentido predominantes, conforme propõe a autora. Tal procedimento encontra respaldo também no trabalho de Avanzi (2021), que, ao analisar a comunicação da Polícia Federal no Instagram, adotou uma abordagem interpretativa voltada à performance comunicacional da instituição, articulando a análise de conteúdo com eixos temáticos construídos a partir de padrões simbólicos, campos discursivos e estratégias comunicacionais observadas nas postagens. De modo semelhante, esta pesquisa organiza suas categorias temáticas em torno de finalidades comunicacionais específicas, permitindo uma análise sistemática da atuação das Polícias Cíveis nas redes sociais.

É relevante destacar que a categorização adotada nesta pesquisa (informativo, educativo, institucional e de engajamento) não é uma reprodução direta das tipologias anteriores. Trata-se de uma proposta independente, construída a partir da observação empírica do material coletado, com o objetivo de refletir de forma precisa os tipos de conteúdo praticados pelas Polícias Cíveis analisadas.

O processo foi estruturado em quatro categorias temáticas, definidas com base na literatura sobre comunicação pública, conforme detalhado no Quadro 4, que apresenta as categorias, suas descrições e exemplos.

Quadro 4 – Categorias de análise

Categoria	Descrição	Exemplo
Informativo	Postagens que têm como foco principal a apresentação de informações factuais, atualizações e comunicados.	“Operação XYZ concluída: 10 suspeitos detidos.”
Educativo	Conteúdos que visam educar o público sobre temas de interesse público, como segurança, prevenção e boas práticas.	“Como se proteger de golpes digitais: siga estas dicas.”
Institucional	Postagens que promovem a imagem da instituição, destacando seus valores, história e ações positivas.	“A Polícia Civil celebra 50 anos de serviços à comunidade.”
Engajamento	Publicações que buscam a interação com o público, incentivando participação ativa e diálogo.	“Participe da nossa campanha de doação de agasalhos! Deixe seu comentário para mais informações.”

Fonte: Dados da pesquisa.

A escolha dessas categorias possibilitou segmentar as postagens de acordo com os principais objetivos comunicacionais das instituições, permitindo uma análise comparativa entre os perfis analisados. O processo de categorização foi iterativo e aberto a ajustes ao longo da análise, garantindo maior fidelidade aos dados.

3.2 Procedimentos de análise

Com o intuito de garantir clareza e coerência metodológica, os procedimentos de análise desta pesquisa foram organizados conforme os três objetivos específicos estabelecidos no projeto. A investigação baseou-se em abordagens qualitativas, utilizando a técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (2016) e pelo método de análise documental proposto por Lima Junior *et al.* (2021) para o exame das diretrizes institucionais.

Para atender ao objetivo geral do estudo, que consiste em analisar as práticas comunicacionais dos órgãos de polícia no Instagram e compreender seus padrões comunicacionais predominantes, a metodologia adotada foi a análise de conteúdo com abordagem qualitativa, segundo Bardin (2016), considerando como fonte de dados as postagens realizadas nos perfis oficiais das Polícias Cíveis do Paraná (@pcprofficial), Santa Catarina (@policiacivilsantacatarina) e Rio Grande do Sul (@policiacivilrsocial) no Instagram. A coleta abrangeu o período de maio de 2024 a janeiro de 2025, totalizando 105 postagens, sendo 35 de cada instituição.

A análise buscou identificar padrões comunicacionais recorrentes, observando elementos como as categorias temáticas (informativo, educativo, institucional e engajamento), a tipologia das mídias (foto, vídeo e arte gráfica) e os *emojis* e *hashtags* utilizados nas legendas das postagens. Esses dados foram organizados em planilhas para facilitar a sistematização e a comparação entre as práticas das três instituições analisadas.

A escolha da análise de conteúdo permitiu identificar os padrões comunicacionais utilizadas pelas Polícias Civis na construção de sua presença digital, revelando tanto recorrências quanto particularidade nas estratégias de cada instituição. Essa etapa contribui diretamente para o alcance do objetivo ao evidenciar, de maneira empírica, os elementos predominantes na comunicação pública praticada por esses órgãos.

Para atender ao primeiro objetivo específico, que consiste em identificar e comparar os padrões comunicacionais em termos de conteúdos categorizados, também foi utilizada a análise de conteúdo com base em Bardin (2016), com foco na categorização temática das postagens. A mesma base de dados utilizada no objetivo anterior, ou seja, as 105 postagens coletadas nos perfis institucionais das Polícias Civis do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, serviram como fonte para esta etapa.

As postagens foram classificadas em quatro categorias temáticas: conteúdo informativo, educativo, institucional e de engajamento. Essa tipologia foi construída com base em referenciais teóricos sobre comunicação pública nas redes sociais (Viegas *et al.*, 2022; Santos *et al.*, 2021; Avanzi, 2021) e buscou identificar a finalidade comunicacional de cada publicação. A codificação foi realizada manualmente, com apoio de planilhas, e os dados foram posteriormente organizados em quadros e gráficos (ver Capítulo 4) para a visualização das frequências absolutas e relativas de cada categoria por instituição.

O uso da categorização temática permitiu observar a distribuição dos tipos de conteúdo entre os três perfis analisados, evidenciando padrões de uso da plataforma e estratégias distintas de comunicação. Esse procedimento atendeu ao objetivo proposto ao possibilitar uma comparação detalhada entre os órgãos quanto às suas escolhas editoriais e comunicacionais no ambiente digital.

Além da categorização temática, o estudo incorporou o levantamento de elementos adicionais, com o intuito de aumentar a compreensão sobre os padrões comunicacionais utilizados pelas instituições analisadas.

Primeiramente, foi realizada a classificação das postagens segundo a tipologia de mídia utilizada, distinguindo-se três formatos principais: arte gráfica, fotografia e vídeo. Como apontado por Kapoor *et al.* (2017), o ecossistema das redes sociais é caracterizado não apenas pela variedade de temas abordados, mas também pela diversidade de formatos e recursos simbólicos empregados na construção do conteúdo, os quais desempenham papel relevante na interação e no engajamento dos públicos.

Posteriormente, procedeu-se ao registro e análise das *hashtags* presentes nas legendas das postagens, reconhecendo sua função na organização dos fluxos discursivos e na amplificação algorítmica do alcance das mensagens. As *hashtags* atuam como mecanismos de indexação e agregação temática, facilitando a articulação de narrativas institucionais e a mobilização simbólica em torno de pautas específicas. Para visualizar empiricamente esses padrões discursivos, foram construídos gráficos específicos para cada perfil institucional analisado, apresentando as cinco *hashtags* mais recorrentes em cada uma das páginas observadas. Isso permitiu identificar as temáticas prioritárias e as estratégias de exposição adotadas por cada organização em seu ambiente digital.

Na mesma direção, foram identificados os *emojis* presentes nas legendas, considerando seu papel expressivo na modulação afetiva das mensagens e na aproximação discursiva com os públicos. Como destacam Lu e Pan (2020), o uso sistemático de recursos visuais apelativos (como os *emojis*), integra uma lógica comunicacional voltada à captação de atenção, ao estímulo do engajamento emocional e à criação de familiaridade com as instituições no ambiente digital. Para representar empiricamente esses padrões expressivos, também foram construídos gráficos individuais para cada perfil analisado, indicando os *emojis* mais utilizados em cada página. Esse procedimento possibilitou visualizar os estilos afetivos e comunicacionais predominantes adotados por cada organização em suas práticas digitais.

Com a aplicação desses procedimentos foi possível organizar e sistematizar os dados das postagens, permitindo a identificação dos padrões comunicacionais adotados por cada uma das instituições analisadas. Esse conjunto de análises atende

ao primeiro objetivo específico, ao oferecer uma base empírica consolidada sobre os tipos de conteúdos e estratégias expressivas presentes na atuação das Polícias Cíveis no Instagram.

Para cumprir o segundo objetivo específico de examinar as diretrizes institucionais dos órgãos para compará-las com a prática, a pesquisa empregou a técnica de análise de conteúdo conforme proposta por Bardin (2016). Essa técnica foi aplicada aos dados empíricos coletados nas postagens do Instagram e aos documentos institucionais, que servem como base da análise documental. Os procedimentos também seguiram a metodologia de Lima Junior *et al.* (2021), de modo complementar, permitindo um exame das normativas que orientam a comunicação pública das Polícias Cíveis da Região Sul do Brasil. As fontes utilizadas foram os documentos normativos que estabelecem as diretrizes institucionais de comunicação das Polícias Cíveis da Região Sul do Brasil: Resolução nº 01/2022 da Polícia Civil do Paraná, Resolução nº 03/2022 da Polícia Civil de Santa Catarina e Portaria nº 179/2021 da Polícia Civil do Rio Grande do Sul.

O procedimento metodológico consistiu na leitura integral das normativas e na seleção das diretrizes que tratam da comunicação pública institucional, com ênfase no uso das redes sociais e no princípio da publicidade. Com base nessas diretrizes, foram elaboradas matrizes comparativas para cada estado, nas quais os elementos normativos foram confrontados com as práticas efetivamente observadas nas postagens analisadas nas etapas anteriores. Esse cruzamento permitiu verificar a aderência entre norma e prática, bem como identificar omissões ou incoerências entre o que é previsto institucionalmente e o que é praticado.

A análise documental se mostrou adequada para essa etapa da pesquisa por permitir a identificação precisa das obrigações institucionais estabelecidas formalmente, possibilitando avaliar de forma crítica a aplicação dessas normas na comunicação digital das instituições. Dessa maneira, a metodologia contribuiu de forma direta para o alcance do terceiro objetivo, ao permitir uma leitura comparativa entre o discurso normativo e a prática comunicacional observada nas postagens do Instagram.

4 RESULTADOS

A seguir, são apresentados os dados obtidos a partir da análise das postagens realizadas pelas Polícias Cíveis do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul no Instagram. Os resultados estão organizados conforme as categorias temáticas definidas, permitindo visualizar a distribuição dos conteúdos e os padrões comunicacionais observados nos perfis analisados.

A apresentação dos dados contempla a distribuição das postagens nas categorias temáticas definidas, com ênfase na descrição quantitativa dos conteúdos, expressa em frequências absolutas e relativas. Essa abordagem permite visualizar os padrões predominantes de comunicação utilizados por cada uma das Polícias Cíveis analisadas, possibilitando, posteriormente, a comparação entre os perfis quanto às estratégias e prioridades de comunicação observadas no período.

4.1 Categorias temáticas

Para iniciar a exposição dos resultados, apresenta-se a distribuição das postagens de cada Polícia Civil conforme as quatro categorias temáticas estabelecidas: informativo, educativo, institucional e de engajamento. As postagens analisadas correspondem ao período de maio de 2024 a janeiro de 2025, totalizando 35 semanas de observação. O Quadro 5 demonstra as frequências absoluta e relativa de cada tipo de postagem por instituição, possibilitando uma visão comparativa preliminar dos padrões comunicacionais.

Quadro 5 – Frequências absolutas e relativas das postagens

Categoria de postagem	PCPR (Paraná)	PCSC (Santa Catarina)	PCRS (Rio Grande do Sul)	Total por categoria
Informativo	14 (40%)	9 (25,7%)	13 (37,1%)	36 (34,3%)
Educativo	3 (8,6%)	10 (28,6%)	8 (22,9%)	21 (20%)
Institucional	9 (25,7%)	9 (25,7%)	10 (28,6%)	28 (26,7%)
Engajamento	9 (25,7%)	7 (20%)	4 (11,4%)	20 (19%)
Total de Postagens	35	35	35	105

Fonte: Dados da pesquisa.

Observou-se que a categoria informativo foi a mais recorrente entre os três estados, representando 34,3% do total geral de postagens. Esse predomínio indica uma tendência à comunicação voltada para a divulgação de dados, notícias e serviços institucionais. A Polícia Civil do Paraná se destaca nesse aspecto, com 40% de suas postagens classificadas como informativas.

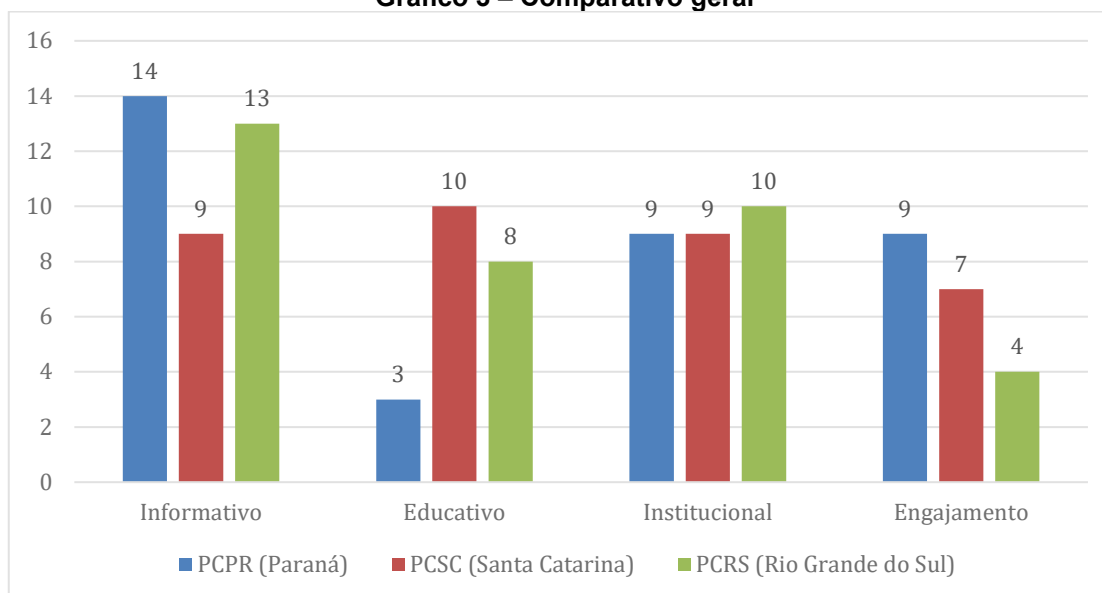
A categoria institucional apareceu em seguida, com 26,7% das publicações. Isso evidencia uma preocupação relevante com a valorização da imagem institucional, por meio da divulgação de datas comemorativas, homenagens e ações internas. O PCRS lidera essa categoria com 28,6%, seguido de perto pelas demais instituições.

Já os conteúdos educativos, que representam 20% do total, têm maior destaque na PCSC (28,6%), o que sugeriu um esforço específico dessa instituição em promover orientações à população, campanhas preventivas e conscientização sobre temas como golpes, violência doméstica e saúde pública.

Por fim, os conteúdos voltados ao engajamento, como datas comemorativas, interações com a comunidade e postagens afetivas, constituem 19% do total, sendo mais presentes nas postagens da PCPR (25,7%). No entanto, observa-se uma frequência relativamente baixa dessa categoria na PCRS (11,4%), o que pode refletir um perfil comunicacional mais institucionalizado e menos interativo com o público.

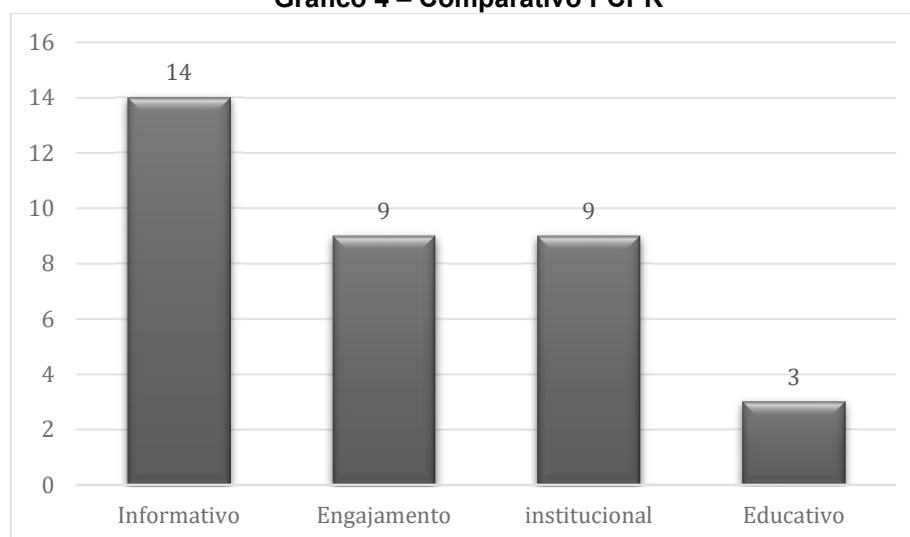
De modo geral, os dados indicam que, embora as três instituições apresentem uma diversidade de estratégias comunicacionais, há padrões em destaque em cada uma delas: a Polícia Civil do Paraná evidencia forte ênfase em conteúdos informativos e de engajamento; a Polícia Civil de Santa Catarina destaca-se pelos conteúdos educativos; e a Polícia Civil do Rio Grande do Sul apresenta maior concentração de postagens institucionais. Esses recortes sugerem prioridades distintas na forma como cada corporação organiza sua atuação comunicacional no Instagram.

O Gráfico 3 apresenta de forma comparativa a distribuição das postagens nas quatro categorias temáticas entre as três instituições analisadas.

Gráfico 3 – Comparativo geral

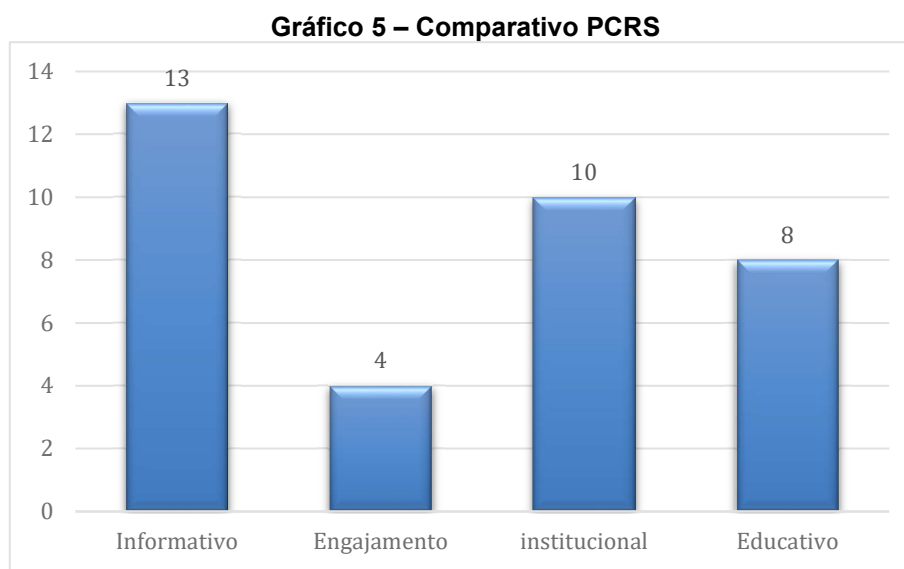
Fonte: Dados da pesquisa.

Na análise individual dos resultados, nota-se que a PCPR concentra a maior parte de suas postagens na categoria informativo, com 14 (40%) ocorrências, seguida pelas categorias engajamento e institucional, ambas com 9 (25,7%) postagens cada, e que a categoria educativo aparece em menor frequência, com apenas 3 (8,6%) postagens. Essa distribuição sugere um foco maior em transmitir informações e manter a imagem institucional ativa, com participação moderada em postagens interativas e baixa presença de conteúdos com caráter educativo. Essas tendências podem ser visualizadas no Gráfico 4, que ilustra a frequência de cada categoria.

Gráfico 4 – Comparativo PCPR

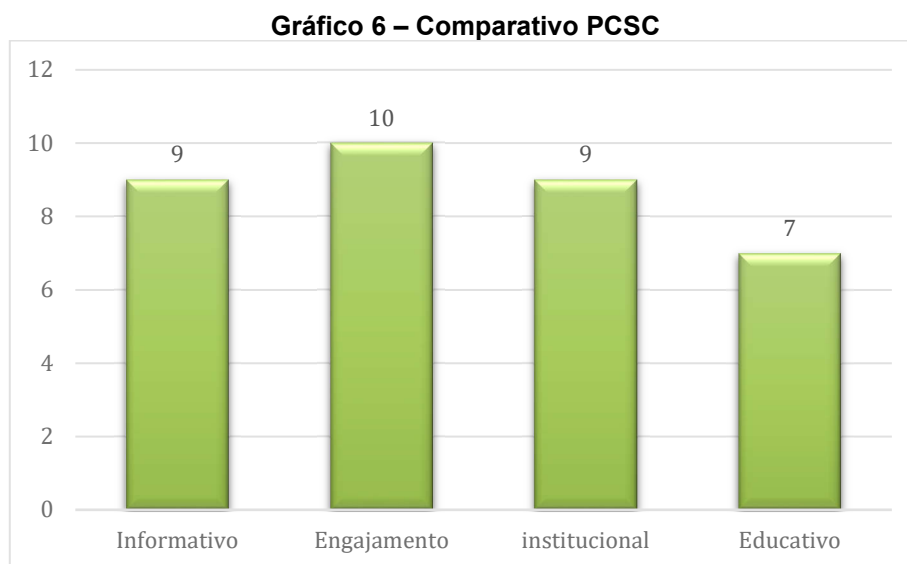
Fonte: Dados da pesquisa.

Nota-se que no caso da PCRS, a categoria informativo também se sobressai dentre as demais, com 13 (37,1%) postagens. Em seguida a categoria institucional, com 10 (28,6%) ocorrências, e educativo, com 8 (22,9%). O conteúdo de engajamento é o menos frequente, aparecendo apenas 4 (11,4%) vezes. Comparada às outras instituições, a PCRS apresenta um equilíbrio maior entre informativo, institucional e educativo, mas com menor investimento em postagens que busquem promover interação com o público, como se pôde notar nas informações do Gráfico 5.



Fonte: Dados da pesquisa.

A PCSC, por sua vez, exibe uma distribuição mais equilibrada entre as categorias. O destaque vai para a categoria de engajamento, que se apresentou em 10 postagens. As categorias informativo e institucional aparecem com 9 postagens cada, seguidas do educativo com 7 postagens. Essa configuração indica uma atuação comunicacional mais diversificada, com ênfase relevante em conteúdos interativos, e uma presença consistente tanto de conteúdos institucionais quanto informativos. Esta uniformidade pode ser observada nos dados apresentados no Gráfico 6.



Fonte: Dados da pesquisa.

Estas comparações revelam diferenças significativas nas estratégias comunicacionais adotadas pelas três Polícias Cíveis analisadas. A Polícia Civil do Paraná (PCPR) prioriza conteúdos informativos, refletindo uma orientação mais tradicional de comunicação institucional, voltada à prestação de contas e à divulgação de operações policiais, ações investigativas e prestações de contas à sociedade, em consonância com o princípio da publicidade previsto em sua normativa (Resolução nº 01/2022). Um exemplo representativo desse padrão é a postagem de 03/10/2024 (Figura 4), na qual informam sobre a prisão de suspeitos de latrocínio em menos de 24 horas após o crime, ilustrando a ênfase na comunicação de resultados concretos das ações policiais.

Figura 4 – Postagem da PCPR de 03/10/2024



Fonte: Instagram (@pcproficial).

Já a Polícia Civil de Santa Catarina (PCSC) apresentou uma proporção elevada de postagens educativas, o que sugere um esforço deliberado de orientação preventiva junto à população, prática compatível com sua política de aproximação comunitária, frequentemente destacada em seu perfil institucional. Um exemplo pode ser observado na postagem de 28/10/2024 (Figura 5), em que a corporação alerta sobre um golpe direcionado a instituições de ensino, explicando como o crime ocorre e orientando a população quanto às formas de prevenção.

Figura 5 – Postagem da PCSC de 28/10/2024



Fonte: Instagram (@policiacivilsantacatarina).

A Polícia Civil do Rio Grande do Sul (PCRS), por sua vez, se destaca pelo maior número de conteúdos de engajamento, indicando uma estratégia mais voltada à interação com o público. Esse padrão pode estar associado à diretriz expressa na Portaria nº 179/2021, que incentiva o fortalecimento do vínculo com a sociedade por meio do Instagram, ao abordar pautas sociais relevantes e de interesse coletivo. Ilustra essa abordagem a postagem de 07/08/2024 (Figura 6), em que a PCRS participa da campanha Agosto Lilás, promovendo a conscientização sobre a violência contra a mulher e mobilizando o público em torno do tema.

Figura 6 – Postagem da PCRS de 07/08/2024



Fonte: Instagram (@policiacivilrsocial).

Essas diferenças não devem ser compreendidas apenas como escolhas pontuais, mas como resultado de estratégias comunicacionais de cada órgão. Conforme aponta Montesso Júnior e Campos (2024), as práticas comunicacionais das instituições públicas nas redes sociais estão fortemente influenciadas pela maturidade digital da organização, pelo grau de autonomia das equipes de comunicação, pelas diretrizes institucionais e pelo contexto sociopolítico em que estão inseridas. Dessa forma, os padrões observados nos perfis podem refletir tanto a cultura organizacional vigente quanto a forma como cada corporação compreende o papel da comunicação pública digital.

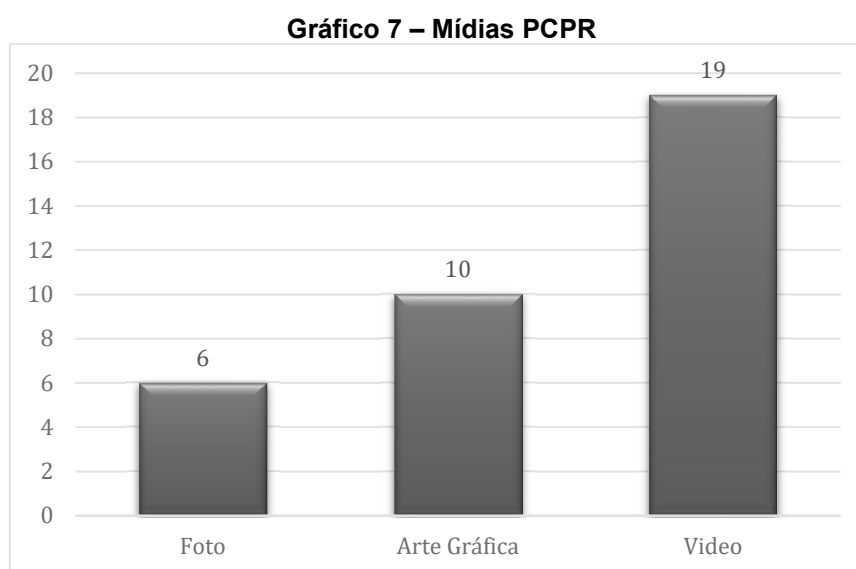
4.2 Tipologia das mídias

A análise a seguir examina o tipo de mídia predominante em cada página analisada, visando compreender como os conteúdos no Instagram estão visualmente estruturados. Essa observação é relevante, pois o tipo de mídia adotado influencia a forma como a mensagem é percebida pelo público e pode afetar diretamente o alcance e o engajamento das postagens. Segundo Kapoor *et al.* (2018), a diversidade de formatos visuais nas redes sociais desempenha papel central na construção do engajamento e na circulação das mensagens.

De acordo com Lemos (2017), os conteúdos visuais produzidos para redes sociais (fotos, vídeos e artes gráficas) funcionam não apenas como registros de informações, mas também como formas de sociabilidade, criando vínculos e redes de interação por meio de uma comunicação visual direta, rápida e conectada. Dessa maneira, a escolha do tipo de mídia revela a lógica de atuação das equipes de comunicação, pois envolve decisões técnicas e simbólicas sobre como representar institucionalmente os acontecimentos, os valores e a identidade da organização.

Cada tipo de mídia expressa uma estratégia comunicacional distinta: as artes gráficas permitem padronizar a identidade visual da instituição e destacar informações objetivas de forma clara e organizada; as fotografias humanizam o discurso institucional, aproximando o público das rotinas e dos agentes da organização; e os vídeos oferecem maior imersão narrativa, possibilitando a exposição detalhada de ações, campanhas e contextos mais complexos. Portanto, a escolha do tipo de mídia reflete decisões técnicas e simbólicas das equipes de comunicação, associadas à forma como cada organização busca representar suas ações, valores e identidade institucional no ambiente digital.

No caso da PCPR, observa-se uma preferência pelo uso de vídeos, que correspondem a mais da metade das publicações analisadas (19 postagens). Em seguida aparecem as artes gráficas, com 10 postagens, e as fotografias, que foram utilizadas em 6 casos, conforme demonstrado no Gráfico 7.



Fonte: Dados da pesquisa.

Esse padrão indica que a equipe de comunicação da instituição foca no uso de vídeos como principal recurso comunicacional, o que sugere uma estratégia voltada à dinamização do conteúdo e à construção de narrativas mais elaboradas. Montesso Júnior e Campos (2024) identifica que o formato audiovisual apresenta maior potencial de engajamento nas plataformas digitais, sendo preferido por instituições públicas por sua capacidade de captar atenção e estimular maior envolvimento dos usuários.

Nesse sentido, Staab e Thiel (2022) destacam que o predomínio de recursos audiovisuais dialoga com a lógica algorítmica das redes sociais digitais, em que conteúdos altamente visuais e imersivos tendem a gerar maior comportamento interativo, alimentando os sistemas de visibilidade e de controle de atenção que caracterizam plataformas como o Instagram. Além disso, Dragomir (2021) argumenta que a publicação de vídeos nas redes sociais representa uma estratégia eficaz de aproximação com o público, na medida em que favorece experiências mais participativas e envolventes.

Assim, a escolha pelo vídeo como mídia predominante na comunicação da PCPR evidencia uma estratégia que combina, simultaneamente, a busca por legitimação institucional, o aproveitamento das dinâmicas de engajamento das plataformas digitais e a aproximação discursiva com seus públicos. Esse padrão de preferência pelo formato audiovisual foi identificado ao longo das postagens analisadas nesta pesquisa, e no caso da Polícia Civil do Paraná (PCPR), destaca-se o vídeo publicado em 16 de dezembro de 2024, categorizado neste estudo como institucional, cujo intuito é divulgar a “Operação Verão” (Figura 7).

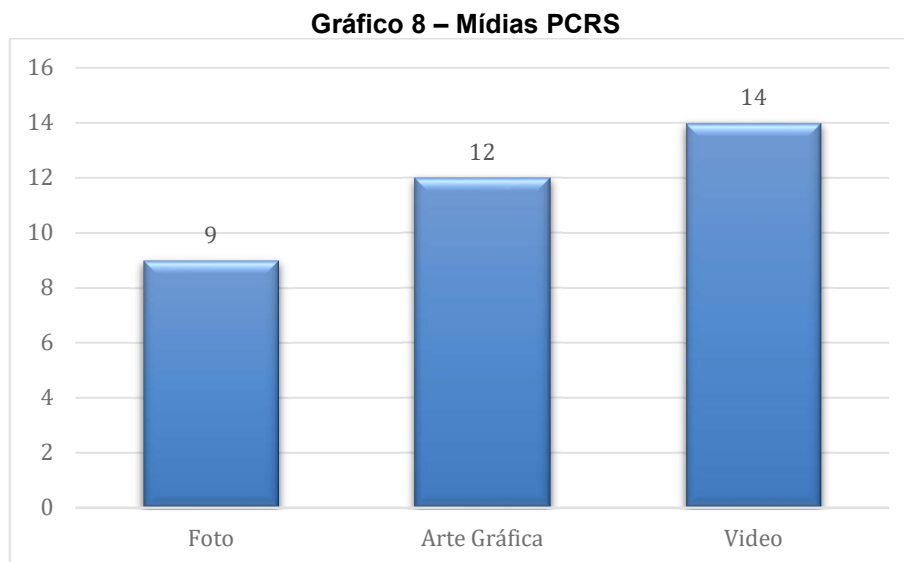
Figura 7 – Imagem do vídeo da PCPR de 16/12/2024



Fonte: Instagram (@pcproficial).

A postagem apresenta a reunião da equipe policial envolvida na ação e informa à população sobre dados relevantes, como investigações, solução de crimes e prisões realizadas no litoral do estado, evidenciando o reforço da segurança durante o período de maior fluxo turístico, que ocorre principalmente entre dezembro e março, coincidindo com a temporada de verão.

A análise dos formatos de mídia utilizados nas postagens da PCRS mostra uma predominância leve do formato em vídeo, que aparece em 14 ocorrências, seguido por artes gráficas (12 publicações) e fotografias (9 registros). Embora o vídeo seja o recurso mais comum, a diferença entre as categorias é menos acentuada do que na PCPR. Isso sugere uma estratégia de comunicação mais equilibrada em termos da diversidade de formatos visuais. Conforme observa por Kapoor *et al.* (2017), a presença de múltiplos formatos nas mídias sociais amplia as possibilidades de interação e favorece a circulação da informação, oferecendo estímulos variados que podem engajar diferentes perfis de usuários.



Fonte: Dados da pesquisa.

Esse equilíbrio pode indicar uma estratégia da equipe de comunicação em diversificar suas abordagens, combinando diferentes formas de apresentação conforme o objetivo de cada conteúdo. No entanto, o uso do vídeo permanece central como um recurso prioritário para determinadas finalidades estratégicas, como demonstrado na postagem de 17 de setembro de 2024. Montesso Júnior e Campos (2024) já havia observado que os vídeos possuem maior potencial de engajamento nas práticas digitais de comunicação, aumentando a visibilidade e facilitando a circulação das mensagens, o que poderia justificar a preferência por este formato.

No exemplo a seguir, a instituição utilizou o formato de vídeo para registrar a cerimônia de acendimento da Chama Crioula no Palácio da Polícia, evento que simboliza o início da Semana Farroupilha. A publicação (Figura 8), classificada na categoria engajamento, reforça o vínculo da instituição com a cultura gaúcha, ao mostrar sua presença ativa em celebrações tradicionais e destacar sua identificação com os valores regionais.

Figura 8 – Imagem do vídeo da PCRS de 17/09/2024



Fonte: Instagram (@policiacivilrsoficial).

Na análise das postagens da PCSC, observou-se uma predominância do uso de artes gráficas, presentes em 15 publicações, sendo o tipo de mídia mais utilizado pela instituição. Esse dado indica uma tendência a padronização visual da comunicação, possivelmente baseada em *templates* institucionais que facilitam a produção em escala e reforçam a identidade visual da corporação. Como observa Avanzi (2021), a utilização de símbolos institucionais é uma prática frequentemente utilizada, pois contribuem para uniformizar a apresentação visual das informações e reforçar a identidade da instituição junto ao público.

Gráfico 9 – Mídias PCSC



Fonte: Dados da pesquisa.

Um exemplo representativo dessa estratégia é a postagem publicada em 23 de setembro de 2024, categorizada como educativa. A arte gráfica (Figura 9) comunica

de forma objetiva o uso de Inteligência Artificial pela Polícia Civil de Santa Catarina como ferramenta de apoio à agilidade nos atendimentos realizados pela corporação. O *layout* da peça segue os padrões visuais institucionais, com uso de cores oficiais, tipografia padronizada e ícones que sintetizam a mensagem. Essa escolha aponta para uma diretriz comunicacional centrada na eficiência produtiva, na replicabilidade do conteúdo e na consolidação de uma identidade visual coesa no perfil institucional.

Figura 9 – Postagem da PCSC de 23/09/2024



Fonte: Instagram (@policiacivilsantacatarina).

A escolha dos formatos midiáticos está diretamente relacionada ao modelo de operação das equipes de comunicação. Como argumenta Lemos (2017), os formatos adotados não expressam apenas decisões estéticas, mas também revelam condições técnicas, operacionais e simbólicas que moldam a atuação institucional. A opção recorrente por vídeos, por exemplo, demanda maior integração entre setores internos, recursos humanos especializados e infraestrutura tecnológica, além de processos estruturados de roteirização e edição.

A análise comparativa entre os três perfis evidencia estratégias distintas. A PCPR demonstra preferência por conteúdo em vídeo, sugerindo uma aposta na expressividade narrativa e na dinamicidade das postagens. As redes sociais, como destacam Kapoor *et al.* (2018), consolidaram-se como canais de comunicação promovendo interações e atendendo a uma ampla gama de necessidades, como o

acesso a notícias, entretenimento e comercialização de produtos e serviços. Nesse ambiente, a utilização de vídeos parece alinhar-se à lógica de produção de conteúdos dinâmicos e interativos que caracterizam essas plataformas.

A PCRS adota uma abordagem mais equilibrada, distribuindo seus conteúdos entre vídeos, fotografias e artes gráficas. Essa diversidade de formatos reflete a multiplicidade de interações que as redes sociais possibilitam, estruturando-se como ambientes colaborativos e interativos, conforme observam Zagidullin, Aziz e Kozhakhmet (2021), ao definirem as redes sociais como aplicações na Internet que permitem a criação e troca de conteúdo diversificados e gerados pelo usuário. Esse caráter criativo amplia as possibilidades de construção de vínculos comunicativos e amplia o espaço de circulação das informações.

Já a PCSC prioriza a padronização visual por meio de *templates* gráficos, o que indica uma estratégia focada na uniformidade estética e na eficiência de produção. Como observa Willems (2021), as funcionalidades e usos das redes sociais são moldados pela interação entre tecnologia, usuários e contextos institucionais, o que sugere que a opção por formatos padronizados pode refletir escolhas institucionais relacionadas à organização dos fluxos comunicacionais e à manutenção de uma identidade visual estável.

Essas variações observadas refletem, portanto, diferentes compreensões institucionais sobre o papel da comunicação pública digital. Como apontam Willems (2021) e Staab e Thiel (2022), as interações digitais nas redes sociais são moldadas por uma combinação de fatores tecnológicos, institucionais e contextuais, que configuram as formas como as organizações públicas estruturam seus fluxos comunicativos e constroem suas práticas de visibilidade. Nesse sentido, as escolhas de formatos e estratégias comunicacionais observadas nos perfis analisados não apenas expressam opções técnicas de produção de conteúdo, mas também revelam modos distintos de apropriação das plataformas digitais enquanto arenas de interação pública, mobilização simbólica e exercício da comunicação pública no ecossistema digital contemporâneo.

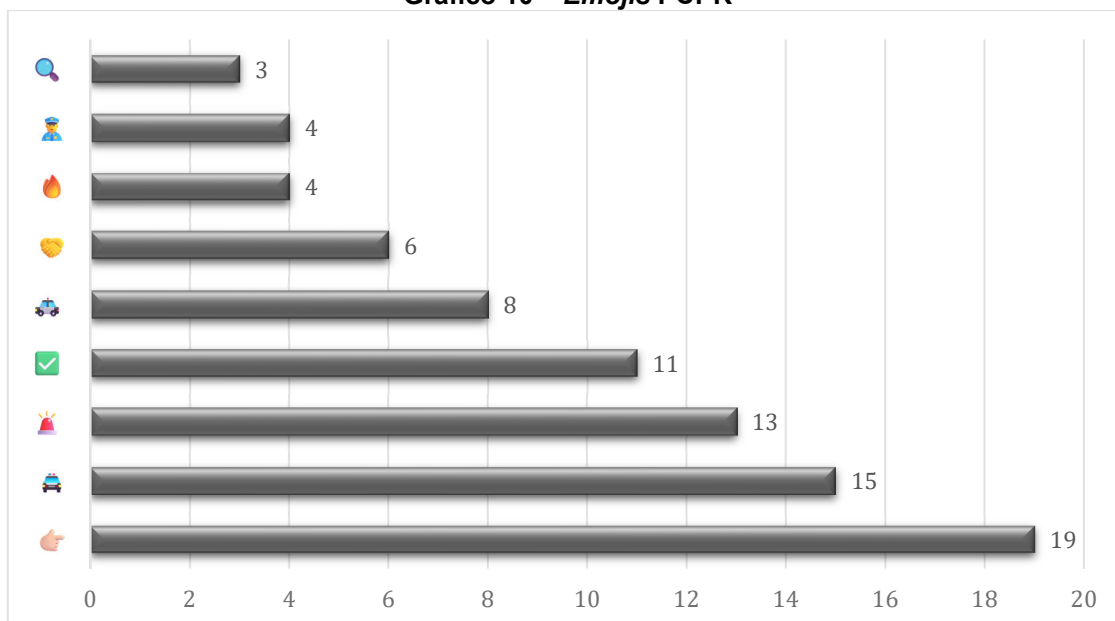
4.3 Emojis e hashtags

O uso de *emojis* e *hashtags* nas postagens revela traços das estratégias de comunicação adotadas por cada corporação. Esses elementos, embora muitas vezes

tratados apenas como recursos visuais, cumprem funções de produção de sentido e organização discursivas. Como destacam Willems (2021) e Dragomir (2021), as redes sociais funcionam como plataformas cujas práticas comunicacionais são moldadas pela interação entre tecnologias, usuários e contextos sociopolíticos, atuando não apenas como canais de difusão de mensagens, mas também como estruturas de organização simbólica das interações sociais contemporâneas. Nesse sentido, a utilização de *hashtags* e *emojis* nas postagens institucionais expressa escolhas discursivas que articulam identidade institucional e estratégias de interação com a sociedade.

Na PCPR, o *emoji* mais recorrente é o 📌 (19 ocorrências), frequentemente utilizado para direcionar a atenção do público a informações consideradas relevantes. Outros *emojis* frequentes, como 🚓, 🚨 e ✅, estão associados à atividade policial, segurança e validação institucional. Essa combinação sugere uma tentativa de manter o conteúdo funcional, mas com toques de expressividade orientados à autoridade, conforme demonstrado no Gráfico 10.

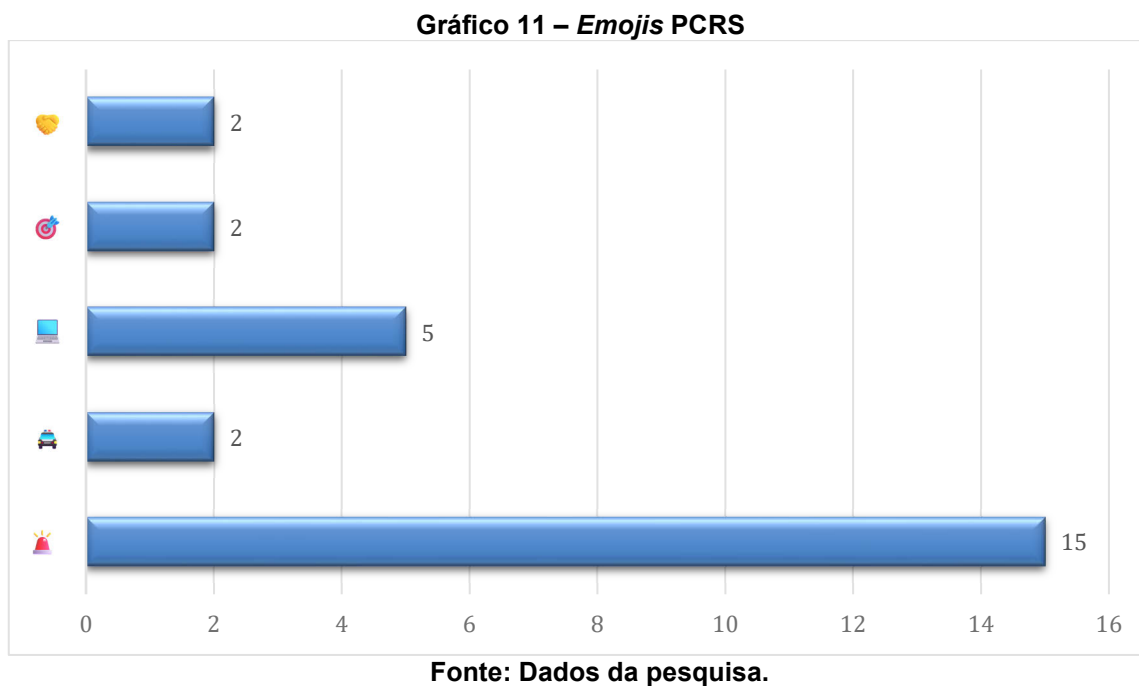
Gráfico 10 – Emojis PCPR



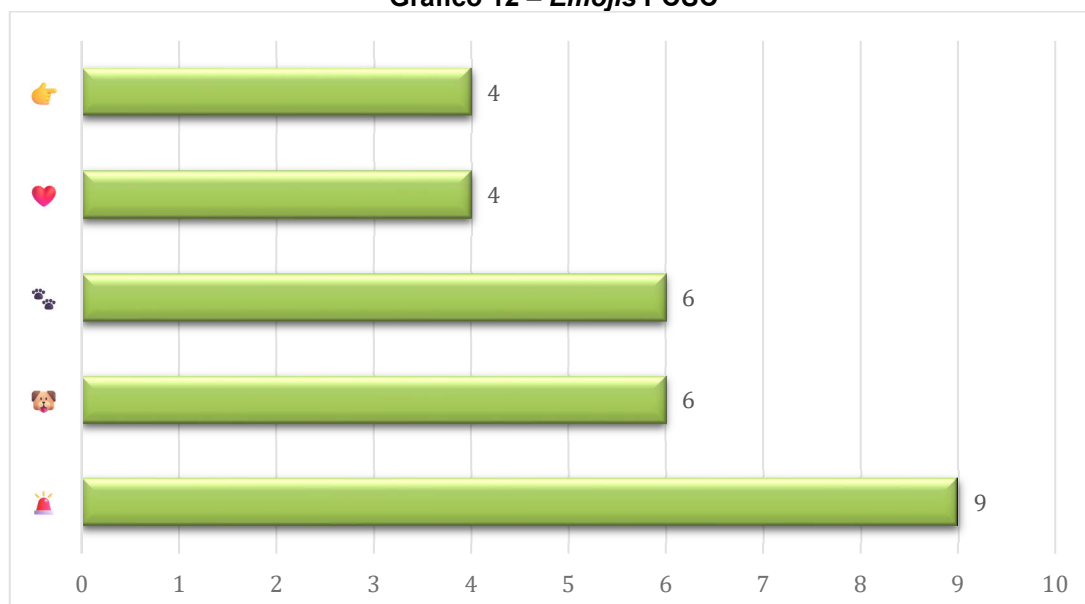
Fonte: Dados da pesquisa.

Já na PCRS, observa-se um padrão mais objetivo (Gráfico 11). O *emoji* 🚨 aparece 15 vezes, reforçando a ênfase em alerta e institucionalidade. O uso de 🖥️ e 🎯 aponta para postagens voltadas a temas como segurança digital e campanhas

com foco em metas, indicando uma comunicação centrada em orientações objetivas e menos marcada por elementos afetivos.



Por sua vez, a PCSC apresenta uma comunicação mais afetiva e diversificada no uso de *emojis*. Embora o 💣 também esteja presente (9 vezes), ele divide espaço com símbolos emocionais e relacionados à causa animal, como 🐶, 🐾, ❤️ e 👉, como demonstra o Gráfico 12. Esse padrão evidencia uma estratégia de aproximação simbólica com o público, que explora emoções, empatia e temas de forte apelo popular.

Gráfico 12 – *Emojis* PCSC

Fonte: Dados da pesquisa.

A análise dos dados evidencia diferenças no uso dos *emojis* pelas três instituições. De modo geral, observa-se um padrão comum de adoção de símbolos relacionados à atividade policial e ao contexto de segurança, mas cada corporação imprime características específicas em suas escolhas de representação simbólica.

Na PCPR, o *emoji* mais recorrente é o 🙌, com 19 ocorrências, utilizado com frequência para direcionar a atenção dos usuários a informações consideradas relevantes. Em sequência, aparecem *emojis* associados à atividade policial e à segurança, como 🚗, 🚨 e ✅. A estratégia adotada pela PCPR pode ser caracterizada como de expressividade funcional orientada à autoridade e ao reforço institucional da atividade policial, utilizando os *emojis* como marcadores visuais de legitimação e ênfase informativa.

Na PCRS, verifica-se um uso mais contido e objetivo dos *emojis*. O símbolo 🚨 aparece 15 vezes, denotando o reforço da institucionalidade e da ideia de alerta nas mensagens. Além disso, a presença de 💻 e 🎯 indica a vinculação com campanhas educativas e orientações relacionadas à segurança digital e foco em metas específicas. A estratégia da PCRS pode ser descrita como de comunicação objetiva e funcional, com ênfase informativa e direta dos temas abordados.

Por sua vez, a PCSC apresenta um uso mais diversificado e afetivo dos *emojis*. Embora também utilize 🚨 (9 ocorrências), recorre com frequência a símbolos emocionais como 🐕, 🐾, ❤️ e 🙌, evidenciando uma tentativa de aproximação

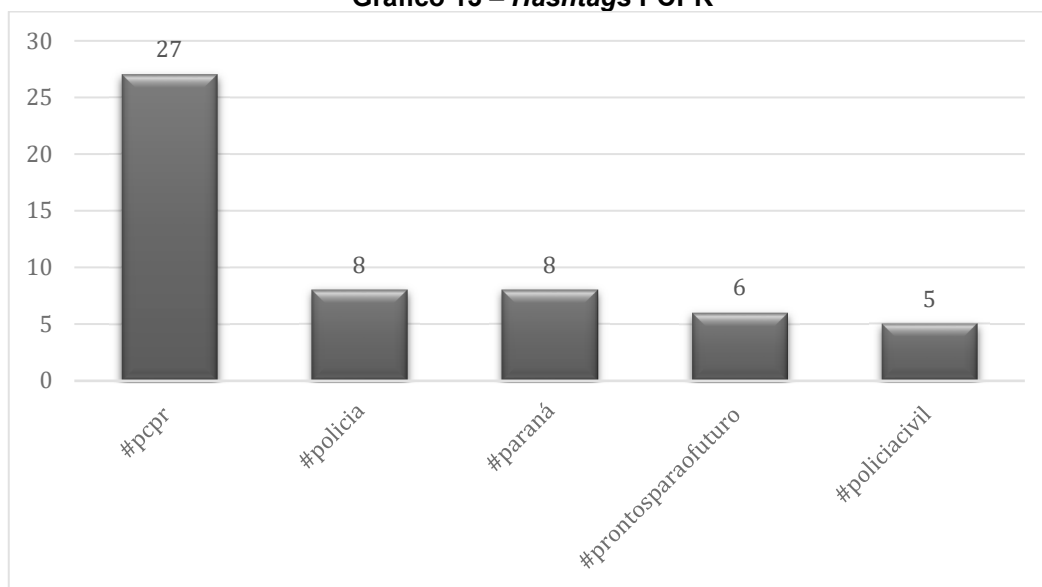
simbólica com o público. Essa combinação sugere uma estratégia de engajamento emocional ampliado, buscando construir empatia e humanização do discurso institucional, inclusive com temas de apelo popular como a causa animal.

De forma geral, ainda que as três instituições compartilhem o uso de alguns símbolos relacionados à segurança e à atividade policial, as estratégias observadas variam desde o reforço de autoridade (PCPR), passando por orientações objetivas e educativas (PCRS), até a busca por conexões afetivas e empáticas (PCSC).

Para a análise das *hashtags*, cada postagem foi registrada considerando suas funções de organização temática e ampliação de alcance. Como discutem Wahyunengseh e Hastjarjo (2021), as *hashtags* operam como agregadores de públicos em torno de temas centrais, construindo narrativas estratégicas que podem reforçar a autoridade institucional ou mobilizar simbolicamente causas de interesse público.

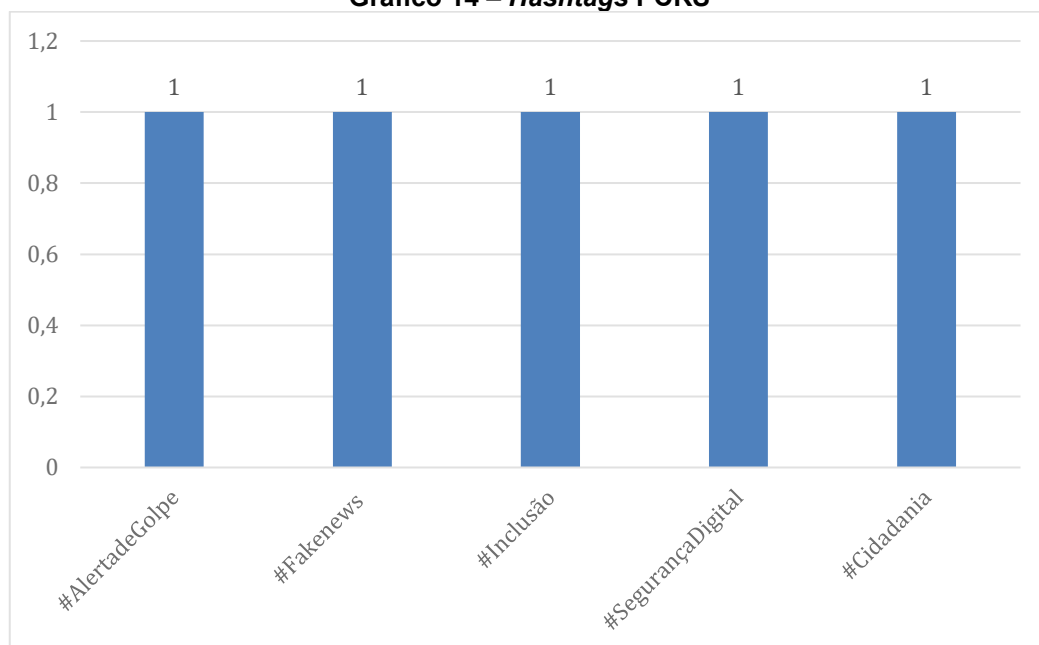
Para dimensionar empiricamente esses elementos discursivos, foram elaborados gráficos que apresentam as cinco *hashtags* mais recorrentes em cada conjunto de postagens analisado, possibilitando visualizar a concentração temática e as ênfases comunicacionais de cada perfil institucional.

No caso da Polícia Civil do Paraná (PCPR), observa-se uma forte concentração no uso da *hashtag* #pcpr, presente em 27 das 35 postagens analisadas, sendo a marca institucional dominante nas publicações. Outras *hashtags* registradas com menor frequência incluem #paraná (8 ocorrências), #policia (8) e #prontosparaofuturo (6), conforme demonstrado no Gráfico 13. Esse padrão indica uma ênfase no reforço da identidade organizacional e da presença nominal da instituição nas plataformas digitais.

Gráfico 13 – Hashtags PCPR

Fonte: Dados da pesquisa.

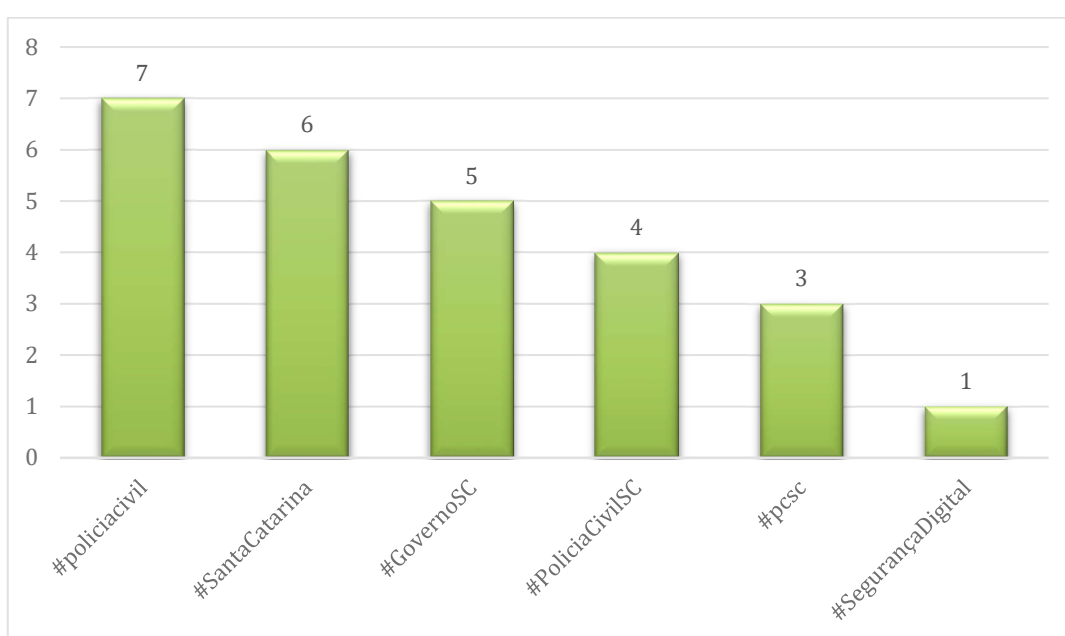
Na Polícia Civil do Rio Grande do Sul (PCRS), o uso de *hashtags* foi pontual e esparsos, registrado em apenas seis postagens ao longo do período analisado. As *hashtags* identificadas, como #AlertaDeGolpe, #FakeNews, #Inclusão, #Cidadania e #SegurançaDigital, apareceram isoladamente, vinculadas a temas específicos de cada postagem. Essa utilização indica a ausência de um padrão sistemático, com adoção circunstancial conforme a temática abordada.

Gráfico 14 – Hashtags PCRS

Fonte: Dados da pesquisa.

Já na Polícia Civil de Santa Catarina (PCSC), observa-se uma estratégia que equilibra diferentes tipos de marcadores. As *hashtags* mais recorrentes combinam a identificação institucional (#PoliciaCivilSC e #pcsc) com referências geográficas ao estado (#SantaCatarina) e à gestão pública estadual (#GovernoSC), além de temas relacionados à segurança pública. Essa diversidade sugere uma busca por reconhecimento institucional, alinhamento territorial e vinculação à estrutura administrativa estadual.

Gráfico 15 – Hashtags PCSC



Fonte: Dados da pesquisa.

A análise comparativa evidencia que as *hashtags* são utilizadas com intensidades e propósitos distintos pelas instituições analisadas, compondo parte das estratégias comunicacionais desenvolvidas nos perfis digitais.

Na Polícia Civil do Paraná (PCPR), verifica-se uma estratégia fortemente centrada na afirmação da identidade institucional. A presença reiterada da *hashtag* #pcpr em quase todas as postagens evidencia um esforço sistemático de reforço da marca da corporação no ambiente digital, complementado por algumas referências geográficas e slogans institucionais como #prontosparaofuturo. A estratégia adotada pela PCPR pode ser caracterizada como de fortalecimento identitário e institucionalização da marca digital da corporação.

Na Polícia Civil do Rio Grande do Sul (PCRS), observa-se um uso pontual e temático das *hashtags*, aplicado apenas em seis postagens, sempre vinculado a

campanhas específicas. As *hashtags* registradas, como #AlertaDeGolpe, #FakeNews e #SegurançaDigital, indicam uma utilização episódica, voltada à conscientização sobre temas sensíveis à sociedade. Assim, a estratégia da PCRS pode ser descrita como de utilização instrumental e temática do recurso, direcionada à sensibilização pontual do público em torno de assuntos de interesse social.

Por sua vez, a Polícia Civil de Santa Catarina (PCSC) adota uma estratégia intermediária, combinando a identificação institucional (#PoliciaCivilSC, #pcsc), com referências geográficas (#SantaCatarina) e administrativas (#GovernoSC), além de incluir temas relacionados à segurança. Este padrão revela uma tentativa de articulação institucional ampliada, que vincula a corporação tanto à estrutura de governo quanto ao seu território de atuação, diversificando as possibilidades de posicionamento institucional.

Como discutem Willems (2021) e Dragomir (2021), as práticas comunicacionais nas redes sociais são moldadas pelas dinâmicas de interação entre tecnologia, usuários e contextos institucionais, o que se reflete nas diferentes escolhas discursivas observadas em cada perfil. Nesse sentido, o uso dos marcadores temáticos nas postagens contribui para a construção da identidade comunicacional das corporações e para a forma como projetam sua atuação pública no ambiente digital.

4.4 Comparação entre normativas e práticas

Para alcançar o segundo objetivo específico deste estudo (Examinar as diretrizes de comunicação estabelecidas pelos órgãos, com o intuito de comparar como as normas estabelecidas são aplicadas na prática) foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, conforme proposta por Bardin (2016), aplicada aos documentos institucionais, que serviram como base para a análise documental da pesquisa. Os procedimentos também seguiram a abordagem metodológica de Lima Junior *et al.* (2021), permitindo uma interpretação sistemática das diretrizes que, embora não tenham recebido tratamento analítico prévio, carregam registros significativos da atividade institucional.

Nesse sentido, as diretrizes foram tratadas como fontes primárias e analisadas em duas etapas: uma análise preliminar, voltada à contextualização e à compreensão

da natureza dos textos normativos, e uma análise propriamente dita, que possibilitou extrair os princípios que regem a comunicação de cada instituição.

Os documentos foram selecionados por sua centralidade normativa e caráter estruturante, sendo eles: a Resolução nº 01/2022 da Polícia Civil do Paraná, a Portaria nº 179/2021 da Polícia Civil do Rio Grande do Sul e a Resolução nº 03/GAB/DGPC/PCSC/2022 da Polícia Civil de Santa Catarina.

Com base nisso, foi elaborada uma matriz de comparação entre o conteúdo normativo e os conteúdos efetivamente publicados nas redes sociais, permitindo identificar convergências entre o prescrito e o praticado, viabilizando a comparação entre norma e prática.

4.4.1 Análise PCPR

A Resolução nº 01/2022 da Polícia Civil do Paraná estabelece a Política de Comunicação Social da instituição, com o objetivo de padronizar as práticas comunicacionais e alinhar a atuação da Assessoria de Comunicação Social (ASCOM) aos princípios constitucionais e institucionais. O documento reforça a centralização da comunicação institucional na ASCOM, que assume competências como o relacionamento com a imprensa, o gerenciamento de redes sociais, a produção de conteúdo informativo e a preservação da identidade visual da corporação.

Entre os princípios estabelecidos, destacam-se a transparência, a impessoalidade, o respeito à dignidade da pessoa humana, a valorização da instituição e de seus servidores e a promoção da aproximação com a sociedade. A norma ainda delimita os parâmetros técnicos e éticos para o uso das mídias sociais, orientando a comunicação como instrumento estratégico de diálogo público.

A análise das postagens da PCPR no Instagram, realizada à luz dessa resolução, revelou um padrão comunicacional geralmente alinhado às diretrizes formais. Abaixo, apresenta-se a matriz comparativa entre os principais dispositivos normativos e os conteúdos publicados pela instituição na rede social.

Quadro 6 – Matriz de Comparação PCPR

Diretriz da Resolução	Observação nas Postagens	Análise Comparativa
Ampliar e potencializar a divulgação dos trabalhos realizados e serviços prestados pela PCPR	As postagens informam ações, operações e resultados institucionais, com detalhes sobre datas, locais e números.	Convergência: a comunicação tem caráter informativo predominante e visa dar visibilidade a ações policiais, promovendo prestação de contas.
Padronizar e uniformizar os procedimentos e ações de comunicação social no âmbito da PCPR	Uso frequente de identidade visual padronizada, paleta de cores, logotipos e artes institucionais.	Convergência: linguagem visual coerente e alinhada à identidade da PCPR.
Garantir a observância dos princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade e moralidade.	Algumas postagens mencionam nomes de delegados e servidores públicos em ações ou projetos institucionais.	Convergência parcial: a menção nominal de servidores em notícias de interesse público não compromete a impessoalidade; porém, quando o texto sugere que a ação é mérito pessoal, e não institucional, há risco de violação ao princípio previsto na norma.
O conteúdo deve ser acessível e adaptado às características do público-alvo.	Presença constante de linguagem direta e abordagem de temas populares e campanhas sociais. Vídeos com falas são legendados, ampliando a acessibilidade.	Convergência parcial: uso de elementos acessíveis e recursos de acessibilidade (como legendas), embora nem sempre haja adaptação a diferentes perfis de público.
A comunicação deve promover o direito à informação, à orientação e à educação social.	Algumas postagens educativas sobre bullying, golpes e cuidados com crianças.	Convergência parcial: conteúdo educativo presente, mas com baixa frequência (8,6%).
É vedada a publicação de imagens que identifiquem indivíduos presos em qualquer circunstância;	Nenhuma imagem ou nome de pessoas vulneráveis é identificada nas postagens analisadas.	Convergência: há cuidado na preservação da imagem de envolvidos nas ações policiais.
Planejar e executar ações de aproximação com a comunidade como forma de promover a integração polícia-sociedade.	Presença de postagens afetivas, comemorativas e de engajamento com a comunidade.	Convergência: uso das redes para aproximar a instituição da população por meio de conteúdos simbólicos.

Fonte: Dados da pesquisa.

Em síntese, a análise revela um alinhamento consistente entre as diretrizes normativas da Resolução nº 01/2022 e a atuação comunicacional da PCPR no Instagram. Ainda que existam pontos a serem aperfeiçoados, como o equilíbrio entre personalismo e impessoalidade ou a ampliação de conteúdos educativos, os dados apontam para uma comunicação institucional estratégica, consciente de seu papel na mediação entre a corporação e a sociedade. A matriz apresentada serve como instrumento diagnóstico e pode orientar melhorias na governança comunicacional, especialmente em aspectos como curadoria editorial, diversidade de públicos e fortalecimento da função educativa das redes sociais.

4.4.2 Análise PCRS

A Portaria nº 179/2021 da PCRS estabelece os princípios, diretrizes e atribuições da Divisão de Comunicação Social (DCS), setor responsável pela condução das ações de comunicação institucional. Essa norma regulamenta o uso dos canais oficiais da corporação, especialmente redes sociais, imprensa e demais meios de divulgação, visando garantir a uniformidade das mensagens, a proteção da imagem institucional e o respeito aos preceitos legais e éticos.

Entre os principais fundamentos da portaria, destacam-se o compromisso com o interesse público, a responsabilidade com a informação, o respeito à dignidade da pessoa humana, a valorização da instituição e de seus servidores, bem como a transparência e a impessoalidade nas manifestações públicas. A norma também estabelece a DCS como responsável pela supervisão de conteúdo veiculado nos perfis oficiais da corporação, incluindo a elaboração de materiais gráficos, cobertura de eventos e divulgação de operações policiais e serviços prestados à população.

Tomando essa estrutura normativa como referência, foi realizada a análise das postagens do perfil oficial da PCRS no Instagram, a partir de uma matriz comparativa que permitiu identificar o grau de conformidade entre as diretrizes da portaria e o conteúdo veiculado na rede social.

Quadro 7 – Matriz de comparação PCRS

(Continua)

Diretriz da resolução	Observação nas postagens	Análise comparativa
Preservação da honra, intimidade e dignidade da pessoa humana	Não há exposição de vítimas, nomes sensíveis ou imagens que comprometam a dignidade dos envolvidos.	Convergência: cuidado evidente na preservação dos direitos individuais.
Resguardo de informações que prejudiquem investigações	As postagens sobre operações policiais informam resultados (prisões, apreensões), sem revelar estratégias, nomes de suspeitos ou detalhes operacionais.	Convergência: cautela na comunicação de operações, sem comprometer investigações.
Divulgação dos serviços prestados pela Polícia Civil	Há ampla divulgação de ações, operações, eventos e programas sociais e ações em calamidades.	Convergência: presença constante de postagens voltadas à prestação de contas e visibilidade dos serviços.
Prevalência da imagem institucional, vedando preferência a órgãos ou servidores	As postagens destacam a instituição como um todo, evitando protagonismos pessoais. A ênfase é sempre institucional e nas ações coletivas.	Convergência: neutralidade comunicacional mantida.

Quadro 7 – Matriz de comparação PCRS

(Conclusão)

Diretriz da resolução	Observação nas postagens	Análise comparativa
Valorização dos símbolos, valores éticos, história e profissionais	Valorização constante da história institucional e dos profissionais em serviço.	Convergência: presença recorrente de homenagens e valorização simbólica da corporação.
Padronizar e unificar a comunicação	As artes gráficas, vídeos e fotos seguem identidade visual coesa; uso de <i>emojis</i> e tom acessível também mantém padrão.	Convergência: comunicação padronizada e coerente com a imagem institucional.
Ampliar divulgação da prevenção à violência e criminalidade	Postagens educativas alertam sobre golpes e violência contra a mulher.	Convergência: presença de conteúdo preventivo e educativo

Fonte: Dados da pesquisa.

De modo geral, observa-se que o conteúdo publicado mantém alinhamento com os objetivos centrais da portaria, sobretudo no que se refere à preservação da identidade institucional, à veiculação de informações de interesse público e à não exposição indevida de pessoas. A linguagem é predominantemente neutra e os materiais apresentam padronização visual, além de uma presença significativa de conteúdos voltados à prestação de contas e à valorização das ações institucionais. Campanhas temáticas e informativas também aparecem em sintonia com as orientações da DCS, demonstrando o esforço em manter uma comunicação institucional coerente e regulada.

4.4.3 Análise PCSC

A análise das publicações da Polícia Civil do Estado de Santa Catarina (PCSC) no Instagram teve como base a Resolução nº 03/2022 PCSC, que institui a Política de Comunicação Social da instituição. A norma estabelece diretrizes e princípios que buscam padronizar e regulamentar a comunicação institucional, alinhando-a aos valores constitucionais e ao Planejamento Estratégico da corporação.

Entre os princípios fundamentais da política de comunicação da PCSC, destacam-se o respeito à dignidade da pessoa humana, a preservação da intimidade, da vida privada, da honra e da imagem, o tratamento igualitário aos veículos de comunicação, bem como a valorização institucional da Polícia Civil e de seus integrantes, sem personificação.

A Resolução também define objetivos centrais, como a promoção da utilidade e do interesse público das informações divulgadas, o caráter educativo e preventivo

da comunicação, o apoio às atividades de polícia judiciária e de investigação criminal, além da padronização e integração da linguagem e das redes institucionais.

No tocante à estrutura organizacional da comunicação, a norma prevê a atuação coordenada da CICOM (Coordenadoria Integrada de Comunicação Social), composta pela Assessoria de Comunicação (ASCOM), pelo Setor de Comunicação Visual (SECOV) e pelos Núcleos de Apoio à Comunicação (NUCOMs).

À ASCOM, como parte integrante da CICOM, cabe a responsabilidade pela administração e operacionalização das ações comunicacionais da Polícia Civil, garantindo a uniformidade das mensagens institucionais e o cumprimento dos preceitos normativos.

A seguir, apresenta-se a matriz comparativa que confronta os dispositivos da Resolução nº 03/2022 com os conteúdos efetivamente publicados no perfil da PCSC no Instagram, permitindo aferir o nível de aderência às diretrizes oficiais da política de comunicação da instituição.

Quadro 8 – Matriz de comparação PCRS

(Continua)

Diretriz da Resolução	Observação nas Postagens	Análise Comparativa
Promoção institucional e valorização da história, dos servidores e dos símbolos da PCSC.	Constantes homenagens aos servidores e postagens sobre aniversário institucional. Uso do brasão e símbolos da PCSC.	Convergência: forte presença de conteúdo voltado à valorização institucional.
Respeito à dignidade, intimidade e imagem	Não há exposição de vítimas, investigados, custodiados, crianças ou adolescentes. Conteúdo respeitoso e impessoal.	Convergência: cuidado ético e jurídico nas publicações, em conformidade com a norma.
Interesse público e caráter educativo/orientativo	Postagens sobre prevenção de golpes, crimes ambientais, violência doméstica e dengue.	Convergência: perfil com função educativa e de utilidade pública evidente.
Apoio à atividade de polícia judiciária	Divulgação de cartilhas, operações, cursos, delegacias especializadas e uso de tecnologia como IA.	Convergência: alinhamento às atividades-fim da instituição.
Padronização da informação e perfis institucionais.	Uso consistente de identidade visual, <i>emojis</i> , <i>hashtags</i> , vídeos e artes gráficas padronizadas.	Convergência: unidade estética e editorial mantida nas postagens.
Comunicação acessível e próxima da população	Imagens seguem padrão gráfico; policiais aparecem com uniforme ou em contextos formais.	Convergência: aderência à identidade visual institucional.
Preservação da imagem da instituição e servidores	Postagens destacam conquistas e eventos institucionais sem personificações indevidas.	Convergência: comunicação impessoal, com ênfase na instituição.
Divulgação de parcerias e ações com outras instituições	Citações a ações conjuntas com órgãos do governo estadual e segurança pública.	Convergência parcial: menções aparecem, mas poderiam ser mais frequentes.

Fonte: Dados da pesquisa.

A análise das postagens da Polícia Civil de Santa Catarina evidencia uma comunicação institucional alinhada às diretrizes da Resolução nº 03/2022, especialmente no que tange à valorização da imagem da corporação, à promoção de conteúdos educativos e preventivos e à observância dos princípios éticos e legais. A padronização estética, a linguagem acessível e a frequência de publicações reforçam a estratégia de aproximação com a sociedade e a transparência das ações policiais. Assim, observa-se uma atuação comunicacional madura, que fortalece a credibilidade da instituição, ao mesmo tempo em que respeita os limites normativos e promove o engajamento público de forma ética e responsável.

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Este estudo analisou os padrões comunicacionais adotados pelas Polícias Civis do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul em suas páginas institucionais no Instagram, com o objetivo de compreender como essas práticas se articulam com as diretrizes normativas de cada corporação. Foram examinadas a categorização temática das postagens, a tipologia das mídias utilizadas, o uso de elementos como *emojis* e *hashtags*, bem como a correspondência entre os conteúdos veiculados e as diretrizes de comunicação estabelecidas por cada órgão.

Constatou-se que, embora compartilhem da mesma natureza organizacional, instituições públicas de segurança pública estadual, suas práticas comunicacionais no Instagram apresentam variações significativas. Isso sugere que a comunicação pública digital, mesmo quando vinculada a organizações com funções semelhantes, não é produto apenas das diretrizes, mas resulta de uma combinação de fatores estruturais, estratégicos e contextuais que conformam a atuação de cada órgão.

Essas variações confirmam o argumento de Lindgren et al. (2019) de que a digitalização dos serviços públicos não ocorre de forma homogênea: ela depende da trajetória organizacional, da capacidade interna de inovação, dos recursos técnicos disponíveis e da compreensão institucional sobre o papel das redes sociais no exercício da autoridade pública. Logo, as práticas adotadas pelas três corporações não apenas comunicam suas ações, mas expressam diferentes concepções de qual deve ser o papel da comunicação pública na segurança.

Tais diferenças se expressam nos enfoques temáticos priorizados, nos formatos midiáticos mais recorrentes e na maneira como os símbolos institucionais são mobilizados para representar suas ações à sociedade, conforme demonstrado no Quadro 9.

Quadro 9 – Resultados

	PCPR	PCSC	PCRS
Enfoque temático	Informativo	Engajamento	Informativo
Formato midiático	Vídeo	Arte Gráfica	Vídeo
<i>Hashtags</i>	#PCPR	#POLICIA CIVIL	Sem predominante
<i>Emojis</i>			
Aderência às diretrizes	Atuação alinhada com pontos de melhoria (Impessoalidade e Posts educativos)	Alinhada com foco específicos (Imagem da instituição e aproximação da sociedade)	Alinhada com foco na preservação da imagem institucional e veiculação de informações de interesse coletivo

Fonte: Dados da pesquisa.

O Quadro 9 evidencia que cada corporação mobiliza diferentes elementos de linguagem (tipos de conteúdo, formatos midiáticos, símbolos visuais e padrões de engajamento) para construir sua presença institucional no Instagram, revelando tanto particularidades internas quanto condicionamentos externos. Essa diversidade de abordagens confirma a leitura de Fast, Ljungberg e Braunerhielm (2019), segundo a qual as redes sociais funcionam como ecossistemas de construção de sentido, nos quais organizações disputam continuamente legitimidade, autoridade e visibilidade. Nesses ambientes digitais, a comunicação não é apenas descritiva ou informativa, mas performativa: cada escolha estética e discursiva contribui para a produção de uma narrativa institucional específica.

Assim, as diferenças observadas entre PCPR, PCSC e PCRS vão além da comunicação operacional e expressam diferentes concepções de identidade organizacional, prioridades estratégicas e modos de interação com o público.

No caso da Polícia Civil do Paraná, a predominância de vídeos informativos orientados para operações, prisões e ações ostensivas revela uma estratégia de comunicação centrada na atividade policial e na demonstração constante de eficiência técnico-operacional. Esse tipo de conteúdo, além de reforçar um discurso de capacidade, produtividade e prontidão, se alinha à lógica algorítmica das plataformas digitais, que privilegia formatos audiovisuais de alta retenção e forte impacto visual, conforme argumentam Lu e Pan (2021). Essa tendência também dialoga com a perspectiva de Mikhaylenok e Malysheva (2019) de que, no ecossistema digital, as instituições tendem a priorizar conteúdos que reforcem sua legitimidade perante o público, especialmente em ambientes nos quais a visibilidade se torna um recurso simbólico disputado.

A Polícia Civil de Santa Catarina apresenta uma estratégia comunicacional distinta, marcada pela prevalência de artes gráficas e conteúdos de natureza educativa. Essa escolha evidencia uma comunicação mais institucionalizada, estética e discursivamente padronizada. Ao enfatizar conteúdos educativos, a PCSC constrói uma narrativa orientada para a prevenção e informação de interesse coletivo. Essa postura sugere maior compreensão do papel pedagógico da comunicação pública, que não apenas divulga ações, mas contribui para qualificar o debate sobre segurança e orientar a população. Trata-se de uma comunicação menos reativa e mais propositiva, que procura equilibrar institucionalidade e utilidade social.

A Polícia Civil do Rio Grande do Sul, por sua vez, adota uma configuração comunicacional mais equilibrada, combinando elementos informativos, institucionais e de engajamento. Essa estratégia indica um nível de maturidade digital mais elevado, permitindo alternar entre funções distintas da comunicação pública, como prestação de contas, reforço identitário e interação com o público. Esse modelo confirma a análise de Staab e Thiel (2022) sobre a fragmentação da esfera pública digital, na qual cada instituição cria sua própria microesfera comunicacional, moldando de forma singular a percepção social sobre seu papel na segurança pública.

Essas configurações corroboram a análise de Staab e Thiel (2022) acerca da fragmentação da esfera pública digital: cada instituição, mesmo inserida em um campo público comum, desenvolve sua própria narrativa, criando microesferas comunicacionais que influenciam, de maneira distinta, a percepção social sobre o papel da polícia.

Os dados apresentados reforçam a perspectiva de que a comunicação pública nas redes sociais é resultante de um conjunto de fatores institucionais, técnicos e simbólicos. Conforme defendem Montesso Júnior e Campos (2024), as condições laborais das equipes, as diretrizes normativas e a cultura organizacional constituem elementos essenciais para a compreensão das estratégias comunicacionais adotadas por cada órgão público.

A análise também evidencia diferenças quanto ao papel educativo desempenhado pela comunicação pública. No caso da PCSC, observa-se uma presença mais consistente de conteúdos orientados à prevenção e à conscientização social, o que reforça uma postura comunicacional voltada à construção de um repertório informacional que visa capacitar o público a compreender melhor o funcionamento da segurança pública. A PCPR, por sua vez, apresenta um cenário distinto: embora disponha de uma produção informativa, especialmente em vídeos que enfatizam ações operacionais, há uma lacuna evidente no que diz respeito à oferta de conteúdos educativos, que poderiam contribuir para ampliar a compreensão dos cidadãos sobre seus direitos, deveres e formas de prevenção.

As análises documentais mostraram, em linhas gerais, aderência das três corporações às diretrizes institucionais, sobretudo no que diz respeito aos princípios de transparência, impessoalidade e divulgação de informações de interesse público. No entanto, ao observar mais atentamente a forma como esses princípios são

operacionalizados nas postagens, surgem nuances importantes que revelam diferentes interpretações sobre o papel da comunicação pública no ambiente digital.

A PCSC, por exemplo, mobiliza com frequência elementos afetivos, como emojis de coração, animais e símbolos de cuidado, que conferem um tom mais humanizado à comunicação, criando uma atmosfera discursiva que busca estabelecer proximidade emocional com o público e transmitir uma imagem de acolhimento. A utilização desse repertório simbólico indica uma tentativa de suavizar a rigidez institucional e aproximar-se de modelos contemporâneos de comunicação mais empáticos e relacionais.

A PCRS, por outro lado, mantém uma postura mais formal e protocolar, recorrendo a símbolos de autoridade e legitimidade, como brasões, uniformes e representações visuais associadas à seriedade institucional. Essa opção estética e discursiva reforça a identidade tradicional da organização e estabelece uma narrativa de profissionalismo e confiabilidade. Já a PCPR projeta um forte profissionalismo operacional, com foco em ações, operações e resultados, o que confere uma comunicação marcada pela objetividade.

Essas diferenças ilustram de forma clara a observação de Aytac (2022), segundo a qual instituições públicas moldam seus discursos digitais tensionadas entre dois polos: por um lado, o desejo de aproximar-se da sociedade e demonstrar acessibilidade; por outro, a necessidade de preservar autoridade e manter o controle sobre a legitimidade institucional.

Os achados também revelam que a comunicação das Polícias Civis no Instagram opera como um espaço estratégico de legitimidade, no qual as corporações mobilizam narrativas institucionais e formatos multimídia para consolidar sua presença pública. As práticas comunicacionais observadas indicam que as instituições utilizam a plataforma não apenas como canal informativo, mas também como instrumento de posicionamento institucional, reforçando continuamente a imagem da organização e legitimando suas ações operacionais. Nesse cenário, cada corporação constrói sua própria forma de significar o trabalho policial e de produzir reconhecimento social, o que evidencia a dimensão narrativa e performativa da comunicação digital, não se trata apenas de mostrar o que a instituição faz, mas de produzir um enquadramento que atribui sentido às ações policiais.

O estudo mostrou que a comunicação pública digital no campo da segurança pública não consiste em um fenômeno homogêneo ou linear; ao contrário, ela se

revela como resultado da interação entre culturas organizacionais distintas, diretrizes institucionais variáveis e interpretações divergentes sobre o papel social da polícia. As Polícias Civis analisadas constroem suas presenças digitais por meio de discursos próprios, que combinam informação, identidade institucional, demonstração de eficiência e tentativas variadas de aproximação do público, mas com ênfases que diferem substancialmente entre si. Essas diferenças não são apenas estéticas ou operacionais, mas refletem modos distintos de compreender a função comunicacional no ecossistema digital contemporâneo, bem como diferentes estratégias de posicionamento diante de demandas sociais, como transparência e participação cidadã.

Em síntese, a análise demonstra que compreender a comunicação pública das Polícias Civis no Instagram implica reconhecer seus limites, potencialidades e condicionantes e, sobretudo, entender que esse espaço se tornou componente estruturante da relação entre Estado e sociedade. As evidências encontradas sugerem que aprimorar essa comunicação requer não apenas ajustes técnicos, mas também reflexões mais amplas sobre cultura organizacional, maturidade digital, formação das equipes e estratégias de participação cidadã.

Ao revelar essas dinâmicas, o estudo contribui para ampliar o debate sobre a comunicação pública no campo da segurança e aponta caminhos importantes para pesquisas futuras e para o desenvolvimento de práticas institucionais mais democráticas, transparentes e orientadas ao interesse público.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante da centralidade das redes sociais digitais na comunicação pública contemporânea, este estudo buscou analisar como as Polícias Cíveis do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul utilizam o Instagram como ferramenta de comunicação institucional. O foco recaiu sobre as estratégias comunicacionais adotadas, suas variações temáticas, estéticas e discursivas, e o grau de aderência dessas práticas às normas que regem a comunicação pública em cada corporação. Ao realizar essa análise comparativa, tornou-se possível compreender não apenas o que cada instituição publica, mas como constrói sua presença digital, quais lógicas comunicacionais prioriza e de que maneira interpreta seu próprio papel na esfera pública digital.

A investigação revelou que, embora as três polícias apresentem esforços evidentes de padronização, impessoalidade e prestação de contas, suas formas de mobilização da linguagem digital divergem de maneira significativa. Santa Catarina foi a instituição que mais investiu em conteúdos educativos e de prevenção, assumindo uma postura comunicacional orientada à formação cidadã e à pedagogia social. O Rio Grande do Sul destacou-se pela produção de conteúdos voltados ao engajamento, equilibrando informação, institucionalidade e elementos simbólicos de aproximação com o público. Já o Paraná apresentou maior ênfase em conteúdos informativos, especialmente em vídeos que reforçam visibilidade operacional, com presença tímida de postagens educativas. Esses padrões não são meramente estéticos: eles refletem diferentes interpretações sobre o papel da comunicação pública na segurança e diferentes graus de maturidade digital das equipes envolvidas.

Também se observou diversidade expressiva no uso de formatos midiáticos (fotografias, artes gráficas, vídeos), na adoção de hashtags, na frequência de publicação e na utilização de emojis. Esses elementos aparentemente simples funcionam como marcadores discursivos que revelam traços culturais de cada instituição, como maior formalidade, maior busca por humanização ou predominância da objetividade técnico-operacional. Assim, a comunicação não é apenas uma prática instrumental, mas um espaço de expressão da identidade organizacional e de suas prioridades estratégicas.

Ao confrontar tais práticas com os documentos normativos que orientam a comunicação das corporações, constatou-se uma aderência parcial às diretrizes.

Princípios como impessoalidade, transparência, prestação de contas e uso institucional da marca estão presentes, mas convivem com lacunas importantes. Uma delas diz respeito à dimensão educativa e à função de promoção da cidadania, pouco explorada pelo Paraná e pelo Rio Grande do Sul. Outra lacuna diz respeito à dimensão interativa das redes, com limitações relevantes na escuta ativa, na resposta a comentários e na criação de espaços dialógicos. Os resultados indicam que as três instituições ainda utilizam o Instagram de forma predominantemente vertical, reproduzindo lógicas de comunicação unidirecional típicas da era pré-digital.

Essa constatação reforça o argumento de que a adoção das redes sociais por órgãos públicos não se traduz automaticamente em democratização da comunicação. Ao contrário, o potencial democrático das plataformas permanece subexplorado quando as instituições não incorporam práticas de participação, diálogo e construção colaborativa de sentido. A comunicação policial, quando orientada exclusivamente por visibilidade e eficiência, corre o risco de reforçar uma relação assimétrica entre Estado e sociedade, na qual a população é mais espectadora do que participante do processo comunicacional.

No campo acadêmico, esta dissertação contribui ao oferecer uma análise empírica, sistemática e comparativa sobre o uso do Instagram por instituições de segurança pública em um contexto regional. A pesquisa identificou padrões temáticos, formatos midiáticos, elementos simbólicos e estratégias discursivas que diferenciam as corporações, mostrando que a comunicação institucional não é uniforme nem previsível — ela é moldada por culturas organizacionais, capacidades técnicas e escolhas estratégicas. Ao relacionar esses achados às diretrizes normativas da comunicação pública, o estudo evidencia em que medida as práticas observadas reforçam ou tensionam princípios democráticos fundamentais, como transparência, impessoalidade, accountability e responsividade.

Do ponto de vista metodológico, a aplicação da análise de conteúdo orientada por Bardin (2016) demonstrou grande eficácia na identificação de padrões discursivos e estilísticos, permitindo compreender nuances que seriam invisíveis em análises meramente descritivas. A categorização temática, aliada ao exame dos tipos de mídia, dos símbolos empregados e da aderência aos documentos normativos, possibilitou construir um diagnóstico robusto das práticas comunicacionais. Essa abordagem abre caminho para pesquisas futuras que combinem métodos quantitativos, como métricas

de engajamento, com métodos qualitativos, como entrevistas com profissionais da comunicação e estudos de recepção com a população.

Apesar das contribuições, é necessário reconhecer os limites desta pesquisa. O recorte limitado ao Instagram impede a generalização dos resultados para outras plataformas utilizadas pelas instituições, como Facebook, X (Twitter), TikTok ou YouTube, que possuem lógicas algorítmicas distintas. A delimitação temporal da coleta também não permite afirmar se os padrões observados permanecem ao longo do tempo ou variam conforme conjunturas específicas. Além disso, não foi possível investigar os bastidores da produção dos conteúdos, como decisões editoriais, recursos disponíveis, pressões institucionais ou diretrizes informais que influenciam a forma final das publicações.

Para pesquisas futuras, recomenda-se ampliar o escopo metodológico, incluindo outras redes sociais e explorando diferentes técnicas de coleta e análise, como entrevistas com equipes de comunicação, análise da cultura organizacional e estudos de recepção que investiguem como os cidadãos percebem e interpretam os conteúdos produzidos. Seria igualmente relevante investigar o impacto dessas práticas comunicacionais na construção da confiança pública e na percepção de legitimidade das instituições policiais, bem como avaliar de que forma políticas públicas de comunicação poderiam contribuir para fortalecer a atuação institucional nesse campo.

Diante do exposto, esta dissertação reforça a importância de compreender as redes sociais como interfaces estratégicas da comunicação contemporânea, cuja função vai muito além da mera divulgação institucional. Para que Instagram e outras plataformas sejam efetivamente utilizadas como ferramentas de fortalecimento democrático, é necessário que as instituições públicas invistam não apenas na expansão de sua presença digital, mas na construção de políticas de comunicação mais transparentes, responsivas e dialógicas. Isso inclui fortalecer a escuta ativa, promover participação cidadã, diversificar formatos, valorizar conteúdos educativos e investir na formação contínua das equipes que atuam na comunicação institucional.

Assim, ao analisar comparativamente as Polícias Civis da Região Sul, este estudo evidencia que o desafio central não é apenas comunicar mais, mas comunicar melhor, de modo a transformar as redes sociais em espaços de aproximação com o cidadão, promoção da cidadania e construção de uma segurança pública mais transparente, democrática e alinhada ao interesse público.

REFERÊNCIAS

AICHNER, Thomas *et al.* Twenty-five years of social media: a review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 24, n. 4, p. 215-222, 2021.

AVANZI, Carla. Ministério Público Federal e Polícia Federal: uma análise sobre os conteúdos das páginas oficiais no Facebook. **Sociologias Plurais**, v. 7, n. 1, 2021.

AYTAC, U. Digital domination: social media and contestatory democracy. **Political Studies**, n. 5, p. 1-20, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1177/00323217221096564>

BANGHART, Scott; ETTER, Michael; STOHL, Cynthia. Organizational boundary regulation through social media policies. **Management Communication Quarterly**, v. 32, n. 3, p. 337-373, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1177/0893318918766405>

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

BAUER, Martin. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. *In*: BAUER, Martin B.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2008.

BOBBIO, Norberto. O futuro da democracia: uma defesa das regras do jogo. **5. ed.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

BONALDO, Manuela Gortz. **Fatores críticos de sucesso na operação de serviço de mobilidade compartilhada: estudo de caso do serviço de car-sharing**. 2021. Tese (Doutorado em Tecnologia e Sociedade) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2021.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

CHEN, Long; CHEN, Jianguo; XIA, Chunhe. Social network behavior and public opinion manipulation. **Journal of Information Security and Applications**, v. 64, p. 103060, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jisa.2021.103060>

CHIROLI, Daiane M. de G. *et al.* Integrating resilience and sustainability: a systematic analysis of resilient cities using ISO 37123. **International Journal of Disaster Risk Reduction**, v. 96, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2023.103960>

CHO, Kyounghee. Transformation of South Korean government digital communications. **European Journal of Korean Studies**, v. 22, n. 1, p. 7-42, 2021.

CHRISTAKIS, Nicolas A.; FOWLER, James H. **Connected**: the surprising power of our social networks and how they shape our lives. New York: Little, Brown Spark, 2009.

COMEL, Naiza; DE MOURA, Júlia Frank. Para “ver” o que faz a prefeitura: comunicação pública no Instagram da prefeitura de Florianópolis. **Organicom**, v. 20, n. 42, p. 159-172, 2023.

CORDERO-GUTIÉRREZ, Rebeca; LAHUERTA-OTERO, Eva. Social media advertising efficiency on higher education programs. **Spanish Journal of Marketing-ESIC**, v. 24, n. 2, p. 247-262, 2020. DOI: 10.1108/SJME-09-2019-0075

DIAS, Thiago Ferreira; SANO, Hironobu; MEDEIROS, Marcos Fernando Machado de. **Inovação e tecnologias da comunicação e informação na administração pública**. Brasília, DF: Enap, 2019.

DRAGOMIR, Marius. Citizen participation in public service media: what it really means. **ad Comunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación**, n. 21. Castellón de la Plana, Universitat Jaume I, p. 25-44. 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.3>

DROZDOVA, Alla V. The dichotomy of public/private in the new media space. **Changing Societies & Personalities**, v. 4. n. 4, p. 441-456, 2020. DOI: 10.15826/csp.2020.4.4.110

EDWARDS, Adam *et al.* Forecasting the governance of harmful social media communications: findings from the digital wildfire policy Delphi. **Policing and Society**, v. 31, n. 1, p. 1-19, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1080/10439463.2020.1839073>

FAST, Karin; LJUNGBERG, Emilia; BRAUNERHIELM, Lotta. On the social construction of geomedia technologies. **Communication and the Public**, v. 4, n. 2, p. 89-99, 2019.

FORBES. **Instagram segue na liderança no Brasil, mas declínio das redes preocupa Big Techs**. São Paulo, 28 mar. 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/instagram-segue-na-lideranca-no-brasil-mas-declinio-das-redes-preocupa-big-techs/>. Acesso em: 16 jun. 2025.

FOSTER, Clare L. E. Truth as social practice in a digital era: iteration as persuasion. **AI & Society**, v. 38, n. 5, p. 2009-2023, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00146-021-01306-w>

GIROTTTO, João Carlos. A comunicação externa na polícia federal brasileira com o uso das redes sociais. **Revista Brasileira de Ciências Policiais**, v. 12, n. 6, p. 253-280, 2021

HABERMAS, Jürgen. **The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society**. Cambridge, MIT Press. 1989.

HAN, Eileen Le. Weibo and the making of Chinese networked publics: witness, debates and expertise. **Communication and the Public**, v. 3, n. 2, p. 97-112, 2018.

HIGHFIELD, Tim. Emoji hashtags//hashtag emoji: Of platforms, visual affect, and discursive flexibility. **First Monday**, 2018.

HONG, Sounman; CHOI, Haneul; KIM, Taek Kyu. Why do politicians tweet? Extremists, underdogs, and opposing parties as political tweeters. **Policy & Internet**, v. 11, n. 3, p. 305-323, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1002/poi3.201>

JORGE, Ana. Social media, interrupted: users recounting temporary disconnection on Instagram. **Social Media + Society**, v. 5, n. 4, 2019.

KAPOOR, Kawaljeet Kaur *et al.* Advances in social media research: past, present and future. **Information Systems Frontiers**, v. 20, p. 531-558, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10796-017-9810-y>

KLEIN, R. H. O uso da accountability theory em pesquisas sobre transparência governamental: Abordagens e perspectivas. **Revista de Administração, Sociedade e Inovação**, v. 4, n. 2, p. 204-224, 2018.

LEI 12.572, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei n. 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei n.11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei n. 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. 2011.

LEMOS, André. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). **Comunicação Mídia e Consumo**, v. 4, n. 10, p. 23-40, 2017.

LI, Hongmei; JUNG, Sookeung. Networked audiences and cultural globalization. **Sociology Compass**, v. 12, n. 4, p. e12570, 2018.

LIMA JUNIOR, Eduardo Brandão *et al.* Análise documental como percurso metodológico na pesquisa qualitativa. **Cadernos da FUCAMP**, v. 20, n. 44, 2021.

LINDGREN, Ida *et al.* Close encounters of the digital kind: a research agenda for the digitalization of public services. **Government Information Quarterly**, v. 36, n. 3, p. 427-436, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.03.002>

LU, Yingdan; PAN, Jennifer. Capturing clicks: how the Chinese government uses clickbait to compete for visibility. **Political Communication**, v. 38, n. 1-2, p. 23-54, 2021. DOI: 10.1080/10584609.2020.1765914

LUNDMARK, Leif W.; OH, Chong; VERHAAL, J. Cameron. A little Birdie told me: social media, organizational legitimacy, and underpricing in initial public offerings. **Information Systems Frontiers**, p. 1-16, 2016. <https://doi.org/10.1007/s10796-016-9654-x>.

MACEDO, Suélem Viana *et al.* Transparência Local: Implicações da Lei de Acesso à Informação em Municípios Mineiros **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, mai/ago, 2020.

MATSILELE, Trust; RUHANYA, Pedzisai. Social media dissidence and activist resistance in Zimbabwe. **Media, Culture & Society**, v. 43, n. 2, p. 381-394, 2021.

MELO, Silvia Leticia Araújo de; CARNIELLO, Monica Franchi. A comunicação pública como instrumento de desenvolvimento, democracia e construção de cidadania: análise das práticas de transparência e acesso à informação no Município de São Luís, MA. **Interações**, v. 22, n. 3, p. 819-837, 2021.

MIKHAYLENOK, Oleg; MALYSHEVA, Galina A. Political effects of social networks in Russia. **Sotsiologicheskie issledovaniya**, n. 2, p. 78-87, 2019. DOI:10.31857/S01321625000 4012-6

MIRBABAIE, Milad *et al.* Digital nudging in social media disaster communication. **Information Systems Frontiers**, v. 23, p. 1097-1113, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10796-020-10062-z>

MOHER, David. Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (PRISMA-P) 2015 statement. **Systematic Reviews**, v. 4, n. 1, 2015. DOI: doi.org/10.1186/2046-4053-4-1

MONTESSO JÚNIOR, José Agnaldo *et al.* Comunicação Pública online: Um olhar a partir das prefeituras da microrregião de Varginha-MG. **Interação-Revista de Ensino, Pesquisa e Extensão**, v. 26, n. 1, p. 1-19, 2024.

PAGE, Matthew J. *et al.* The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. **BMJ**, v. 372, n. 71, p. 1-9, 2021.

PARANÁ. Polícia Civil do Estado do Paraná. **Resolução nº 01/2022, Diário Oficial nº 11129, de 04 de março de 2022**. Institui a Política de Comunicação Social da Polícia Civil do Paraná. Curitiba: PCPR, 2022.

PEREIRA, Luiz Carlos Bresser. **Reforma do Estado para a cidadania**: a reforma gerencial brasileira na perspectiva internacional. Rio de Janeiro: Editora 34, 1998.

PINTO, Áureo M. G.; JUNQUEIRA, Luciano A. P. A análise de redes sociais como ferramenta de diagnóstico das relações de poder. **eGesta-Revista Electrónica de Gestión de Negocios**, v. 4, n. 1, p. 33-59, 2008.

POSSAMAI, Ana Júlia; SCHINDLER, Eduardo. Transparência e Lei de Acesso à Informação (LAI) nos municípios gaúchos: fatores associados. **Indicadores Econômicos FEE**, v. 45, n. 1, p. 71-86, 2017.

PRETO, Ricardo; PIANA, Janaina; CANOPF, Liliane. Comunicação pública nas redes sociais digitais: uma revisão sistemática de literatura através do método prisma. *In*: ENCONTRO BRASILEIRO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA, 11., Brasília, 2024. **Anais [...]**. Campinas: Galoá, 2024.

RAMDARSHAN BOLD, Melanie. The return of the social author: negotiating authority and influence on Wattpad. **Convergence**, v. 24, n. 2, p. 117-136, 2018.

RIO GRANDE DO SUL. Polícia Civil do Estado do Rio Grande do Sul. **Portaria nº 179/2017**. Define a Política de Comunicação Social e implementa os Serviços de Comunicação Social no âmbito da Polícia Civil. Porto Alegre: PCRS, 2017.

SANTA CATARINA. Polícia Civil do Estado de Santa Catarina. **Resolução nº 03/GAB/DGPC/PCSC/2022**. DOE nº 21694, de 24 de janeiro de 2022. Institui a Política de Comunicação Social da Polícia Civil do Estado de Santa Catarina. Florianópolis: PCSC, 2022.

SANTOS, Bernadete; DA SILVA, Maria Felícia Santos; MACIEL, Cristiano. O uso do Instagram pela Assembleia Legislativa de Mato Grosso como ferramenta de comunicação pública. *In*: WORKSHOP DE COMPUTAÇÃO APLICADA EM GOVERNO ELETRÔNICO, 9., 2021. **Anais [...]**. SBC, 2021. p. 37-48.

SCHAFFAR, Andrea. Digital dynamics and change: challenges concerning media, social processes and democracy. **Gruppe, Interaktion, Organisation, Zeitschrift für Angewandte Organisationspsychologie (GIO)**, v. 50, n. 3, p. 309-318, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11612-019-00475-z>

SCHEINBAUM, Angeline Close. **The dark side of social media**. London: Routledge, 2017.

STAAB, Philipp; THIEL, Thorsten. Social media and the digital structural transformation of the public sphere. **Theory, Culture & Society**, v. 39, n. 4, p. 129-143, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1177/02632764221103527>

STOCKMANN, Daniela. Tech companies and the public interest: the role of the state in governing social media platforms. **Information, Communication & Society**, v. 26, n. 1, p. 1-15, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2032796>

TELLO, Diana C. V.; LIMA, Edilson V. D. A administração pública nas sociedades da informação e do conhecimento. **Revista de Direito Administrativo**, v. 262, p. 145-177, 2013.

VADLAMANNATI, K., COORAY, A. Do freedom of information laws improve bureaucratic efficiency? An empirical investigation. **Oxford Economic Papers**, 68(4), 968-993, 2017.

VIEGAS, Rafael Rodrigues *et al.* A comunicação dos Tribunais de Contas e Ministérios Públicos nas redes sociais: os desafios da *accountability* na democracia digital. **Revista de Administração Pública**, v. 56, n. 3, p. 324-348, 2022.

WAHYUNENGSEH, Rina Dwi; HASTJARJO, Suryanto. Big data analysis of policies on disaster communication: mapping the issues of communication and public responses in the government social media. *In: IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. IOP Publishing, 2021. p. 012004. DOI:10.1088/1755-1315/717/1/012004

WALSH, James P.; O'CONNOR, Christopher. Social media and policing: a review of recent research. **Sociology Compass**, v. 13, n. 1, p. e12648, 2019. <https://doi.org/10.1111/soc4.12648>

WEISSMAN, Jeremy. P2P surveillance in the global village. **Ethics and Information Technology**, v. 21, n. 1, p. 29-47, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10676-018-9488-y>

WILLEMS, Wendy. Beyond platform-centrism and digital universalism: the relational affordances of mobile social media publics. **Information, Communication & Society**, v. 24, n. 12, p. 1677-1693, 2021. DOI: <http://orcid.org/0000-0002-9185-4268>

ZAGIDULLIN, Marat; AZIZ, Nergis; KOZHAKHMET, Sanat. Government policies and attitudes to social media use among users in Turkey: the role of awareness of policies, political involvement, online trust, and party identification. **Technology in Society**, v. 67, artigo 101708, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101708>

ZOTERO. **Zotero**. Disponível em: <https://www.zotero.org>. Acesso em: 20 nov. 2023.