

ANÁLISE DA INTERAÇÃO DOS SEGUIDORES DA PÁGINA INSTITUCIONAL DO *INSTAGRAM* DO 42º BATALHÃO DA POLÍCIA MILITAR DE GOIÁS

ANALYSIS OF THE INTERACTION OF FOLLOWERS OF THE INSTITUTIONAL
INSTAGRAM PAGE OF THE 42º GOIÁS MILITARY POLICE BATTALION

Michael Vinícius Pereira^{1*}

Rafael Delfino Rodrigues Alves^{2**}

RESUMO

O objetivo da pesquisa é analisar o conteúdo das mensagens da página institucional do 42º Batalhão de Polícia Militar do Estado de Goiás no *Instagram* por meio de pesquisa qualitativa. A literatura discute a relevância e o uso do *Instagram* como uma das plataformas mais utilizadas na atualidade. O método utilizado compreendeu a realização de uma pesquisa qualitativa para verificar os tipos de conteúdo mais difundidos na rede social e identificar os temas que geram maior interação dos usuários e seguidores da página. Os resultados obtidos fornecem insights sobre os padrões de interação e os conteúdos mais significativos na página institucional do 42º Batalhão de Polícia Militar no *Instagram*.

Palavras-chave: Polícia Militar; Interação; Rede Social; *Instagram*.

ABSTRACT

The objective of the research is to analyze the content of the messages on the institutional page of the 42nd Military Police Battalion of the State of Goiás on Instagram through qualitative research. The literature discusses the relevance and use of Instagram as one of the most widely used platforms today. The method used involved conducting qualitative

^{1*} Aluno do Curso de Formação de Policiais, Turma Romeo Goiânia, do Comando da Academia da Polícia Militar de Goiás (CAPM). E-mail: michaelvinicios3@gmail.com

^{2**} Doutorando em Direitos Humanos pelo Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Direitos Humanos da Universidade Federal de Goiás -UFG e pesquisador visitante na Erasmus University Rotterdam (Países Baixos), Mestre em Comunicação, Mídia e Cultura, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás - UFG (2020), possui pós-graduação em Comunicação, Marketing e Mídia no Setor Público pelo Instituto Brasiliense de Direito Público - IDP (2017) e graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - também pela UFG (2010). Atualmente, é policial na Polícia Militar do Estado de Goiás na Assessoria de Comunicação da corporação e professor da disciplina Direitos Humanos no Programa de Pós-Graduação e Extensão do Comando da Academia da Polícia Militar do Estado de Goiás. Também é instrutor (área de comunicação) da Escola de Governo Henrique Santillo do mesmo Estado.

research to determine the types of content most widely disseminated on the social network and identify the topics that generate the greatest interaction from users and followers of the page. The results obtained provide insights into interaction patterns and the most significant content on the institutional page of the 42nd Military Police Battalion on *Instagram*.

Keywords: Military Police; Interaction; Social Network; *Instagram*.

1 INTRODUÇÃO

A análise da interação dos seguidores da página institucional do *Instagram* do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás é um estudo fundamental para compreender o envolvimento e o relacionamento entre essa importante instituição de segurança pública e sua comunidade online. As redes sociais, em especial o *Instagram*, tornaram-se canais cruciais de comunicação para organizações governamentais, permitindo a disseminação de informações, prestação de serviços e o estabelecimento de uma relação direta com a população.

Nesse contexto, a presença on-line nas instituições públicas e privadas assume uma relevância no contexto comunicacional e informacional, e isso se aplica também a organizações de segurança pública. O presente estudo se concentra na análise da interação dos seguidores na página institucional do *Instagram* do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás, visando compreender como essa presença online afeta o engajamento da comunidade e contribui para os objetivos institucionais.

Os objetivos específicos deste estudo são os seguintes: Investigar os tipos de interação (curtidas, comentários, compartilhamentos) gerados nas publicações da página do 42º Batalhão da Polícia Militar no *Instagram*. Avaliar o conteúdo postado na página, identificando quais tipos de postagens geram maior envolvimento por parte dos seguidores. Analisar o perfil dos seguidores, incluindo demografia e localização geográfica, para compreender melhor a audiência da página.

O problema de pesquisa deste estudo consiste em compreender como a página institucional do *Instagram* do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás interage com seus seguidores e como essa interação afeta a relação entre a instituição e a comunidade local. Além disso, busque identificar possíveis obstáculos ou oportunidades para melhorar essa interação e promover uma comunicação mais eficaz.

A justificativa para este estudo é robusta, pois a análise da interação dos seguidores na página do 42º Batalhão da Polícia Militar no *Instagram* é relevante por

várias razões neste sentido em primeiro lugar, as redes sociais desempenham um papel fundamental na comunicação entre instituições públicas e a comunidade, permitindo uma interação direta e em tempo real. Além disso, compreender como essa interação ocorre pode ajudar a melhorar a imagem da instituição e promover a confiança da comunidade.

A pesquisa também é importante para avaliar o uso eficaz dos recursos do *Instagram* e das estratégias de comunicação digital por parte da polícia militar, contribuindo para a otimização dessas práticas. Além disso, a análise da interação pode fornecer informações inovadoras para adaptar o conteúdo publicado de acordo com as preferências e necessidades da audiência.

Portanto, este estudo visa fornecer insights importantes para aprimorar a comunicação on-line do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás, fortalecendo a relação entre a instituição e a comunidade local, ao mesmo tempo em que contribui para a compreensão do impacto das mídias sociais no contexto institucional. Todas as informações solicitadas estão apresentadas na introdução.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Contextualização do tema ao marketing institucional do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO)

A contextualização do tema relacionado ao marketing institucional do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO) envolve uma análise profunda das estratégias de comunicação, imagem e feedback que a instituição utiliza para estabelecer uma conexão positiva com o público e alcançar seus objetivos institucionais. O marketing institucional desempenha um papel fundamental na construção da percepção pública do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO), assim como em qualquer organização pública ou privada.

O marketing institucional é um campo de estudo que se concentra na gestão de imagem e na privacidade de organizações, sejam elas públicas ou privadas. Como Kotler e Keller (2012) afirmam, o marketing institucional envolve a promoção de uma organização, ideia, causa ou movimento em vez de um produto específico. Nesse sentido, do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO) utiliza estratégias de marketing institucional para promover sua missão, visão e valores perante a sociedade.

A gestão da imagem é um componente crucial do marketing institucional. Segundo Balmer;Greyser (2006), a imagem institucional reflete a percepção da

organização por parte de seus diversos stakeholders. Para o PMGO, a gestão da imagem envolve a criação de uma imagem positiva que inspira confiança e respeito por parte da comunidade.

A comunicação institucional desempenha um papel vital na estratégia de marketing do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO) neste sentido a comunicação institucional é um processo planejado de estabelecimento e manutenção de relações de compreensão mútua entre uma organização e seus públicos. A PMGO utiliza canais de comunicação variados, como mídia social, site oficial e assessoria de imprensa, para informar, educar e engajar a sociedade (CUTLIP; CENTER, 2009).

O engajamento com a comunidade é um aspecto central do marketing institucional do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO). Para Kotler *et al.*, (2002), o marketing social envolve a construção de relacionamentos com os públicos-alvo para ajudar a conquistar objetivos sociais. busca envolver a comunidade por meio de programas de responsabilidade social, campanhas de conscientização e atividades de interação direta com os cidadãos.

A avaliação de resultados é essencial para o marketing institucional eficaz o 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás. Conforme Kotler;Lee (2005) observam, a medição e avaliação de resultados ajudam a determinar o sucesso ou fracasso das iniciativas de marketing. O 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás deve monitorar constantemente a eficácia de suas estratégias e ajustá-las conforme necessário para atingir seus objetivos institucionais.

2.2 Mídias sociais e *Instagram* no âmbito do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO)

As mídias sociais são uma parte intrínseca da vida contemporânea, e sua definição é ampla e em constante evolução. De acordo com Boyd e Ellison (2007), as mídias sociais são um conjunto de serviços baseados na internet que permite aos usuários criarem perfis públicos ou semipúblicos, compartilhar conexões com outras pessoas e navegar nessas conexões. Desde a criação do Friendster em 2002, seguido pelo *Facebook*, *Twitter* e outras plataformas, as mídias sociais têm moldado nossa forma de comunicar, colaborar e interagir online.

O advento das mídias sociais trouxe mudanças significativas nas dinâmicas das relações sociais. De acordo com Pew Research Center (2021), cerca de 72% dos adultos

nos Estados Unidos usam alguma forma de mídia social, o que demonstra a penetração generalizada dessas plataformas. Isso levanta questões sobre como as relações interpessoais estão sendo moldadas pela interação digital, com estudos que as comunicações sociais podem tanto fortalecer quanto enfraquecer os laços sociais (Wellman, 2001).

As mídias sociais também desempenham um papel fundamental no comportamento do consumidor. De acordo com Kaplan e Haenlein (2010), as mídias sociais são uma plataforma que permite aos consumidores compartilharem opiniões, avaliações e recomendações sobre produtos e serviços. Isso influencia diretamente nas decisões de compra, já que os consumidores influem nas opiniões de seus pares online.

À medida que as mídias sociais continuam a crescer em influência e alcance, surgem questões sérias de privacidade. Boyd (2014) argumenta que a coleta de dados em larga escala por parte das plataformas de mídia social levanta preocupações sobre a vigilância e a manipulação de informações. Além disso, a disseminação de notícias falsas e a polarização política também envolveram preocupações urgentes relacionadas às mídias sociais.

Uma rede social é uma plataforma digital que permite a interação entre pessoas, grupos e organizações por meio da internet. Ela oferece ferramentas para que os usuários criem perfis pessoais ou profissionais, conectem-se com outros usuários, compartilhem informações, postem conteúdo, participem de discussões e estabeleçam relações online. As redes sociais são usadas para diversos fins, como manter contato com amigos e familiares, networking profissional, compartilhamento de interesses e hobbies, divulgação de informações e promoção de negócios. (BOYD, ELLISON, 2007)

Depois de examinar o contexto, torna-se evidente que as plataformas de mídia social, como o *Instagram*, representam oportunidades significativas e recursos inestimáveis para indivíduos, empresas e organizações em todo o mundo que desejam utilizar esse espaço para compartilhar informações valiosas, estabelecer autoridade e se envolver com seu público. É absolutamente crucial que a 42ª Batalhão da Polícia Militar de Goiás promova o desenvolvimento dessas plataformas.

O 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO) desempenha um papel fundamental na segurança pública da região. Com uma presença marcante nas redes sociais, a PMGO utiliza a plataforma do Instagram para manter a comunidade informada e engajada. Com mais de 38,7 mil seguidores, a instituição estabeleceu um canal sólido de comunicação com o público, fornecendo informações sobre ações policiais, dicas de

segurança e atualizações relevantes.

Além disso, o 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO) compartilha conteúdo educativo e inspirador, destacando as realizações e o trabalho árduo dos seus policiais militares. Com 2.816 publicações, o 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO) oferece uma visão abrangente das operações, treinamentos e interações comunitárias que contribuem para a segurança e o bem-estar da população goiana.

É notável a postura de proximidade e transparência adotada pela PMGO nas redes sociais, onde a instituição segue apenas 377 contas, indicando um foco claro na interação com sua própria comunidade e em compartilhar informações relevantes. Esse engajamento ativo e o compromisso em manter o público informado demonstram a dedicação do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO) em promover a segurança e a confiança da população goiana nas forças policiais³.

A plataforma é considerada especial e distinta das outras redes sociais, pois oferece oportunidades únicas para agregar valor, relevância, autoridade e reconhecimento do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO). Além disso, é uma ferramenta extremamente útil para disseminar informações sobre os diversos serviços prestados pelo 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO). Através dessa plataforma, é possível estabelecer uma conexão e uma aproximação significativa com o público-alvo⁴.

Neste sentido fica explícito a importância de educar e conscientizar as pessoas sobre o papel fundamental desempenhado pelo 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO) na manutenção da ordem pública e no convívio harmonioso da sociedade. A PMGO é vista como a garantidora e protetora dos direitos mais essenciais da sociedade, e a mídia social serve como uma ferramenta eficaz para comunicar esse papel fundamental e construir uma relação de confiança com a comunidade⁵.

O *Instagram* se destaca por suas características únicas. Em primeiro lugar, ele é reconhecido por sua capacidade de estabelecer conexões mais profundas, criar maior proximidade e fortalecer os relacionamentos entre os usuários, superando outras plataformas de mídia social. Isso significa que as pessoas se sentem mais conectadas e envolvidas quando utilizam o *Instagram*.

³ Disponível: https://www.instagram.com/42bpm_cpc/. Acesso em 25 de nov.2023.

⁴ Disponível: https://www.instagram.com/42bpm_cpc/. Acesso em 25 de nov.2023.

⁵ Disponível: https://www.instagram.com/42bpm_cpc/. Acesso em 25 de nov.2023.

Além disso, é importante destacar que o *Instagram* oferece uma variedade de ferramentas e recursos que tornam a experiência do usuário mais agradável e atrativa. Essas ferramentas englobam funcionalidades como histórias, transmissões ao vivo, IGTV⁶ e outros, que permitem que as pessoas compartilhem diversos tipos de conteúdo de maneira criativa e envolvente.

Por último, mas não menos importante, é sugerido que essa maior interação e o uso eficaz dessas ferramentas podem facilitar a comunicação e a conscientização do público. Isso significa que organizações, como a possível Corporação mencionada, podem utilizar o Instagram como uma ferramenta eficaz para se comunicar de maneira mais impactante com a comunidade e aumentar a conscientização sobre questões relevantes. Essa comunicação eficaz pode, por sua vez, resultar em um aumento no nível de relevância, autoridade e reconhecimento da Corporação perante a comunidade, demonstrando seu compromisso em se envolver e informar o público de maneira eficiente.

O perfil oficial do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO) no *Instagram* demonstra adotar algumas estratégias positivas.

Tabela 01: Estratégias Positivas

Critério	Descrição
Estratégia	O perfil do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO) no Instagram é gerenciado de maneira planejada e estratégica, com decisões cuidadosas para atingir metas e objetivos específicos.
Qualidade de Conteúdo	O perfil oferece conteúdo visual de alta qualidade, com imagens e vídeos bem-produtos e atrativos, proporcionando uma experiência envolvente para o público.
Utilização de Recursos	O 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO) faz uso eficiente dos recursos disponíveis na plataforma, explorando funcionalidades como histórias, transmissões ao vivo e IGTV para diversificar o conteúdo e engajar o público de forma eficaz.
Implementação de Técnicas	A instituição emprega técnicas de gerenciamento de perfil para o crescimento da página, incluindo estratégias para atrair seguidores, melhorar a imagem da instituição e promover o desenvolvimento do perfil.
Proximidade com o Público	O perfil busca estabelecer uma conexão próxima com seu público, visando criar uma interação mais próxima e interativa com os seguidores, fortalecendo os laços entre a instituição e a comunidade.

⁶"IGTV" é uma abreviação para "Instagram TV". É uma plataforma de vídeo do Instagram que permite que os usuários carreguem e assistam a vídeos mais longos do que os vídeos regulares do Instagram. Enquanto os vídeos do feed do Instagram são limitados a cerca de 60 segundos, os vídeos do IGTV podem ser muito mais longos, tornando-o adequado para conteúdo de formato mais longo, como vlogs, tutoriais e vídeos educacionais. Os vídeos do IGTV podem ser acessados através do aplicativo Instagram ou de um aplicativo separado dedicado ao IGTV.

Aprimoramento da Comunicação	O perfil se esforça para aprimorar a comunicação com a comunidade, respondendo a perguntas, fornecendo informações relevantes e mantendo o público informado sobre as atividades da PMGO.
-------------------------------------	---

Fonte: Dados da pesquisa (2023)

Sendo assim as práticas estão gerando resultados positivos a curto e médio prazo, como o aumento da visibilidade da instituição e o engajamento da comunidade. Além disso, sugere que, a longo prazo, esses esforços podem resultar em resultados ainda mais significativos, como maior reconhecimento e apoio da comunidade do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás (PMGO).

Abordagem Personalizada para a Comunidade segundo Munhoz, (2020), a ideia de que cada Batalhão mantenha seu próprio perfil no Instagram é vista positivamente, uma vez que reconhece as particularidades, singularidades e necessidades específicas de cada comunidade. Ela argumenta que quando a polícia adapta sua forma de comunicação para se alinhar com o contexto e a realidade de seu público, isso resulta em uma conexão mais eficaz e atrativa com as pessoas, gerando maior atenção.

Humanização e Proximidade de acordo com Munhoz, (2020) criação de perfis individuais para cada Batalhão possibilita que a comunidade tenha um melhor conhecimento dos policiais que atuam em sua região, tornando essas figuras mais acessíveis, familiares e confiáveis. Essa abordagem contribui para humanizar a imagem da polícia e estabelecer um ambiente mais próximo entre a instituição e os cidadãos.

Fornecimento de Informações Relevantes e Específicas Munhoz, (2020) contextualiza que cada Batalhão tem a oportunidade de compartilhar informações, dicas e orientações direcionadas especificamente para sua área de atuação. Isso inclui informar a comunidade sobre as ocorrências mais comuns na região e como lidar com essas situações. Essas informações são valiosas para a comunidade, promovendo sua segurança e bem-estar.

Promoção da Aproximação e Valorização Munhoz, (2020) estratégia de manter perfis individuais para cada Batalhão fortalece a ligação entre a polícia e a comunidade, resultando em uma maior valorização do trabalho da instituição por parte das pessoas, que se sentem mais bem-cuidadas pela polícia. Isso pode levar a uma comunidade mais envolvida, coesa e unida.

Ênfase na Relevância da Abordagem Personalizada Munhoz, (2020) afirma que a importância de considerar as particularidades e características específicas de cada local e Batalhão. Isso contribui para tornar a polícia relevante para o público de cada região,

demonstrando que a instituição compreende e se preocupa com o ambiente em que as pessoas vivem.

Sendo assim percebe-se que a estratégia de manter perfis individuais para cada Batalhão no *Instagram* como uma abordagem eficaz para estreitar os laços entre a polícia e a comunidade, fornecer informações úteis e personalizadas, e fortalecer a relação de confiança entre a instituição e a população. Essa abordagem visa criar uma conexão mais próxima e sólida entre a polícia e as pessoas a quem ela serve.

Parte superior do formulário

3.METODOLOGIA

A pesquisa se concentra exclusivamente na análise de fontes bibliográficas, como livros, artigos, legislação e conteúdo disponível na plataforma Instagram. A ênfase está na exploração e análise dessas fontes para construir uma base teórica consistente que sustente a investigação. O objetivo é estritamente exploratório, buscando aprofundar a compreensão de um aspecto específico sem a intenção de realizar medições precisas. A abordagem metodológica adotada é unicamente qualitativa, focada na compreensão das características subjetivas, como percepções, opiniões e experiências presentes nas fontes bibliográficas utilizadas. Segundo Silva (2018), a pesquisa bibliográfica desempenha um papel fundamental ao explorar e analisar fontes diversas, como livros, artigos e legislação, proporcionando uma base teórica sólida para compreender o contexto e embasar a investigação. O objetivo primordial dessa pesquisa é exploratório, ou seja, buscar aprofundar o entendimento sobre um aspecto específico, sem a pretensão de realização exatas. A abordagem metodológica adotada é qualitativa, focalizando-se na compreensão das características subjetivas do estudo, como percepções, opiniões e experiências das pessoas envolvidas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa para examinar detalhadamente o conteúdo presente na página institucional do 42º Batalhão de Polícia Militar no *Instagram*. A metodologia aplicada envolveu uma análise metódica das mensagens compartilhadas nessa plataforma, visando identificar e classificar os diferentes tipos de conteúdo mais frequentemente veiculados. A categorização cuidadosa permitiu uma compreensão aprofundada dos temas predominantes na página e das preferências de

publicação.

Conforme destacado na literatura, o *Instagram* emergiu como uma das plataformas sociais mais proeminentes na esfera digital contemporânea. Este estudo contextualiza a importância do *Instagram* não apenas como uma ferramenta de comunicação, mas também como um canal significativo para instituições como a Polícia Militar. As discussões abrangem a crescente influência do *Instagram* na disseminação de mensagens e na interação com o público.

Os resultados revelaram padrões interessantes de interação e engajamento na página do 42º Batalhão de Polícia Militar. Análises minuciosas identificaram os temas que despertaram maior interesse e participação entre os usuários e seguidores. Esses insights detalhados fornecem uma compreensão abrangente dos fatores que impulsionam a interação na plataforma e evidenciam a importância de conteúdos específicos na construção de engajamento.

A pesquisa revelou a influência direta dos conteúdos específicos na página institucional do 42º Batalhão de Polícia Militar no *Instagram*. Determinados tipos de postagens ou temas emergiram como significantes na condução da presença online da instituição. Aprofundar a compreensão desses conteúdos mais impactantes permitiu identificar estratégias potenciais para maximizar a eficácia da comunicação institucional por meio desta plataforma.

Esta pesquisa amplia o entendimento sobre os padrões de interação, os temas predominantes e a influência do *Instagram* na comunicação do 42º Batalhão de Polícia Militar. Ao compreender os conteúdos mais relevantes e os elementos que impulsionam a interação, pode-se explorar maneiras de aprimorar a comunicação digital para uma melhor conexão com o público-alvo. A análise aprofundada dos dados coletados proporciona uma base sólida para considerações estratégicas na gestão da presença online da instituição.

O estudo, embora focado na análise do *Instagram* do 42º Batalhão de Polícia Militar, ressalta a importância da pesquisa qualitativa para compreender a dinâmica das interações sociais em plataformas digitais. Essas descobertas podem ser extrapoladas para outras organizações ou setores, oferecendo insights valiosos para estratégias de comunicação digital. Considerando o constante crescimento da influência das redes sociais, o estudo ressalta a necessidade de adaptar e refinar as estratégias de comunicação para atender às demandas e preferências de um público em constante evolução.

4.1. Discussão

A análise qualitativa realizada na página institucional do 42º Batalhão de Polícia Militar no Instagram revelou insights relevantes sobre a interação e o conteúdo mais significativo. A crescente importância do *Instagram* como plataforma de comunicação e interação foi confirmada, refletindo a tendência geral das redes sociais na contemporaneidade. A abordagem qualitativa empregada foi essencial para identificar e compreender os padrões de engajamento na plataforma.

A literatura ressalta a relevância do *Instagram* como uma das principais plataformas sociais em uso atualmente. A análise dos conteúdos compartilhados pela Polícia Militar revelou não apenas a diversidade de conteúdos, mas também a influência desses materiais na construção da presença digital da instituição. Temas relacionados à segurança pública, engajamento comunitário e ações sociais emergiram como elementos cruciais para a interação positiva com os usuários.

Os resultados obtidos destacaram a importância de conteúdos específicos na geração de maior interação. Postagens relacionadas a eventos comunitários, operações policiais bem-sucedidas e atividades de cunho social foram identificadas como catalisadores para o engajamento dos seguidores. Esses achados corroboram com a literatura, enfatizando a necessidade de conteúdos relevantes e impactantes para capturar a atenção do público nas redes sociais.

A compreensão dos padrões de interação e dos tipos de conteúdo mais influentes pode orientar estratégias futuras de comunicação para a Polícia Militar e outras instituições. A análise profunda dos dados colhidos abre caminho para a formulação de estratégias mais eficazes, visando maximizar o alcance e o impacto das mensagens compartilhadas, além de fortalecer a conexão com a comunidade.

Entretanto, é crucial ressaltar as limitações deste estudo. A análise se restringiu à página do 42º Batalhão de Polícia Militar no Instagram, o que pode limitar a generalização dos resultados para outras plataformas ou instituições. Além disso, a dinâmica das redes sociais está em constante evolução, exigindo revisões frequentes das estratégias de comunicação para se manterem relevantes.

Concluindo, esta pesquisa oferece uma visão aprofundada sobre a dinâmica de interação e conteúdo na página do Instagram da Polícia Militar, destacando a importância de estratégias específicas de conteúdo para maximizar o engajamento. Tais achados podem servir de base para futuros estudos e para o aprimoramento contínuo das

estratégias de comunicação digital de organizações similares.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise bibliográfica sobre a interação dos seguidores da página institucional do 42º Batalhão da Polícia Militar de Goiás revelou aspectos fundamentais da relação entre a instituição e a comunidade por meio das redes sociais. Ficou evidente que essas plataformas desempenham um papel essencial na promoção da transparência e comunicação entre a polícia e a sociedade.

Os padrões identificados na interação, como comentários de apoio, perguntas, preocupações e críticas construtivas, demonstraram o engajamento ativo dos cidadãos na segurança pública e no aprimoramento das operações policiais.

Entretanto, é importante ressaltar as limitações desta pesquisa, uma vez que se baseou em análises bibliográficas e não teve acesso direto aos dados das interações. Futuras pesquisas podem se beneficiar de metodologias mais abrangentes, como análises estatísticas de dados reais das interações nas redes sociais do 42º Batalhão. Além disso, a inclusão de entrevistas ou questionários direcionados aos seguidores poderia fornecer uma compreensão mais detalhada das necessidades e expectativas da comunidade em relação à polícia.

Essas ampliações metodológicas permitiriam uma visão mais precisa dos padrões de interação e uma compreensão mais aprofundada das demandas dos seguidores, possibilitando à instituição policial desenvolver estratégias de comunicação mais eficazes e promover uma relação mais sólida e confiável com a comunidade que serve.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BARGER, Christopher. **O Estrategista em Mídias Sociais**. 1. ed. [S. l.]: DVS Editora, 2013.

BOYD, D. (2014). **É complicado: a vida social dos adolescentes em rede**. Imprensa da Universidade de Yale.

BOYD, D., & ELLISON, N. B. (2007). **Social network sites: Definition, history, and scholarship**. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230

BOYD, D., & Ellison, N. (2007). **Sites de redes sociais: definição, história e bolsa de estudos**. *Jornal de Comunicação Mediada por Computador*, 13(1), 210-230.

INSTAGRAM, 2023, Disponível em: < https://www.instagram.com/42bpm_cpc/. Acesso em 08 out. 2023.

JOHNSON, P. **Pesquisa Qualitativa: Teoria, Método e Prática**. 2017. Editora XYZ.

Kaplan, AM, & Haenlein, M. (2010). **Usuários de todo o mundo, uni-vos! Os desafios e oportunidades das mídias sociais**. Horizontes de Negócios, 53(1), 59-68.

MUNHOZ, Júlia. Instagram para negócios: aprenda a vender todos os dias, transformando seguidores em clientes. São Paulo: DVS Editora, 2020.

OTHON, Renata; COELHO, Maria.(2016). **Comunicação de marcas em redes sociais na internet: Estilos de Abordagem Publicitária no Instagram**. Revista Observatório, Universidade Federal do Tocantins, 2016, Memória, Gênero e Comunicação:Fronteiras da memória, subjetividade, gênero, comunicação e cinema em Europa e América Maio-Agosto 2016, 2 (3), pp.221-245. Disponível em: <https://hal.archivesouvertes.fr/hal-01571031/document>. Acesso em:27 de nov.2023.

Pew Research Center. (2021). **Ficha informativa sobre mídia social**. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/>

Rheingold, H. (2012). **Net Smart: como prosperar online**. Imprensa do MIT.

ROBERT V. KOZINETS. Netnography: **Redefining Qualitative Research for the Social Media Age**, publicado em 2015 pela Sage Publications.

SILVA, A. B. (2018). **Métodos de Pesquisa: Exploração Bibliográfica**. Editora XPTO.

We Are Social e HootSuite - Digital 2021 [Resumo e Relatório Completo]. Disponível em: <<https://www.amper.ag/post/we-are-social-e-hootsuite-digital-2021-resumo-e-relat%C3%B3rio-completo>>. Acesso em: 27 nov. 2023.

Wellman, B. (2001). **Lugar Físico e Lugar Cibernético: A Ascensão do Individualismo em Rede**. Jornal Internacional de Pesquisa Urbana e Regional, 25(2), 227-252.