



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

CARLA CAMPOS AVANZI

#SOMOSTODOSPF:
UM ESTUDO SOBRE A ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DA
POLÍCIA FEDERAL NAS MÍDIAS SOCIAIS

Londrina
2021

CARLA CAMPOS AVANZI

#SOMOSTODOSPF:
UM ESTUDO SOBRE A ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DA
POLÍCIA FEDERAL NAS MÍDIAS SOCIAIS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia na Universidade Estadual de Londrina, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Sociologia.

Orientador: Prof. Dr. Cleber da Silva Lopes

Londrina
2021

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UEL

C278 Avanzi, Carla Campos.
#SomosTodosPF : um estudo sobre a estratégia de comunicação da Polícia Federal nas mídias sociais / Carla Campos Avanzi. - Londrina, 2021.
120 f. : il.

Orientador: Cleber da Silva Lopes.
Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Letras e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, 2021.
Inclui bibliografia.

1. Polícia Federal - Tese. 2. Mídias sociais - Tese. 3. Instituições - Tese. 4. Poder simbólico - Tese. I. Lopes, Cleber da Silva. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Letras e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Sociologia. III. Título.

CDU 316

CARLA CAMPOS AVANZI

#SOMOSTODOSPF:

**UM ESTUDO SOBRE A ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DA
POLÍCIA FEDERAL NAS MÍDIAS SOCIAIS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia na Universidade Estadual de Londrina, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Sociologia.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Cleber da Silva Lopes
Universidade Estadual de Londrina

Prof. Dr. Arthur Trindade Maranhão Costa
Universidade de Brasília

Prof. Dr. Marcos César Alvarez
Universidade de São Paulo

Londrina 01 de fevereiro de 2021.

Dedico aos acadêmicos interessados por transformações e aos cientistas sociais resistentes na luta por um país melhor.

AGRADECIMENTOS

Ao começar a escrever este trabalho, projetei a possibilidade de alguns cenários adversos e as barreiras que eu teria de transpor. Mas nunca imaginei que o mundo passaria por um momento crítico como a pandemia que atingiu parte do tempo dedicado a esta pesquisa, com a necessidade de intenso isolamento social e o constante receio em perder pessoas queridas. Neste contexto, esses agradecimentos ganham um contorno especial. Aqui estão alguns dos que tornaram essa pesquisa possível, não necessariamente em ordem de importância.

Inicialmente, na minha vida como cristã, essas palavras de gratidão seriam incorretas se eu não as direcionasse a Deus, espírito de amor e que permite fazer de mim sua casa. Neste ano particularmente difícil, foi na fé que, muitas vezes, encontrei abrigo.

Ao professor Cleber Lopes, um exemplo de profissionalismo em quem, certamente, me espelho. Obrigada pela empatia de tantos momentos, pela liberdade acadêmica sempre amparada pela sua extensa experiência e pelo constante incentivo para fazer o melhor trabalho possível. Os acertos que este trabalho possa apresentar são resultado também de sua excelência como orientador.

A Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento desta pesquisa.

Ao LEGS por me mostrar novas possibilidades de pesquisa e pelos amigos que ali fiz: Gabriel, Herbert, Fabrício, Luan, Caio, Anderson, Franceline, Luiz, Ana, Amanda e Rafael. Obrigada por todas as valiosas contribuições nesses últimos anos.

Aos professores da Universidade Estadual de Londrina, que desde 2008 contribuem para a minha formação, e, especialmente, aos do Programa de Pós-Graduação em Sociologia pelas novas perspectivas apresentadas.

A todos os professores que tive na educação pública, do ensino fundamental à pós-graduação, pelo esforço em transmitir humanidade, muito além do conteúdo técnico.

Aos colegas da turma do mestrado pelas diversas etapas compartilhadas.

Aos professores doutores Arthur Trindade e Marcos C. Alvarez pelas valiosas contribuições na banca de qualificação e pelo aceite em participar da banca examinadora.

Aos meus amigos Letícia, Líria, Fernando, Fábio, Thatá, Evelyn, Jefferson e Júlia pelos momentos de alegria.

À minha família. Ao meu pai Jorge pelo constante apoio e incentivo para que eu alcançasse meus objetivos. À minha mãe Iracema, mulher forte e de coração imenso. À minha “boadrasta” Beth, que prova diariamente que família é quem escolhemos para amar.

À avó Maria, a Geraldinha, que tem sempre boas histórias e um café passado na hora. Ao meu avô, *in memorian*, um verdadeiro *avôhai*, pelas tantas lições de vida acompanhadas de uma fruta recém colhida na chácara.

Ao meu companheiro de vida, Aristeu, pela paciência, incentivo e amor sempre. Sorte a minha ter você comigo nesta jornada!

“A comunicação digital em contrapartida, torna uma descarga de afetos instantânea possível. Já por conta de temporalidade ela transporta mais afetos do que a comunicação analógica. A mídia digital é, desse ponto de vista, uma mídia de afetos.”

Byung-Chul Han

AVANZI, Carla Campos. **#SomosTodosPF**: um estudo sobre a estratégia de comunicação da Polícia Federal nas mídias sociais, 2021. 117 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2021.

RESUMO

A Polícia Federal (PF) tem ganhado destaque nas operações de combate à corrupção no Brasil, paralelamente com o relevante crescimento de sua capacidade institucional nos últimos anos. Com isso, as mídias sociais do órgão se tornaram importantes instrumentos de comunicação direta com a população, um canal constantemente utilizado pela PF para a transmissão de notícias sobre as operações deflagradas e demais informações relacionadas às suas atividades. Este estudo analisa as estratégias de comunicação utilizadas pela PF em suas mídias sociais, a fim de compreender um dos aspectos de construção de legitimidade pelas instituições policiais no Brasil. Quais as estratégias utilizadas pela PF nas mídias sociais para construir e reforçar sua legitimidade? Com base na teoria bourdieusiana, quais capitais são mobilizados pela PF em suas mídias sociais com o intuito de aumentar o seu poder simbólico? A divulgação de informações nas redes sociais é proporcional aos padrões de atividades realizadas pela PF? Para responder a essas questões, foram analisados os conteúdos de todas as publicações realizadas pela Polícia Federal nos anos de 2017 e 2018 em suas páginas oficiais no *Facebook*, no *Instagram* e no *Twitter*, bem como os relatórios anuais de gestão da Polícia Federal. Os dados levantados nas mídias sociais foram comparados com as informações contidas nos relatórios de atividades, com o intuito de averiguar se os padrões de atividades se repetem nas publicações nessas mídias sociais ou se eles são distintos, priorizando determinadas atividades. Em seguida, foi realizada a análise de conteúdo das informações para responder às questões de pesquisa. Os resultados da análise mostram que o conteúdo divulgado nas mídias sociais difere dos padrões de operações realizadas, com destaque para as publicações de atuação no combate aos crimes contra direitos humanos e aos crimes contra o meio ambiente, principalmente no *Instagram*. Além da mobilização dos capitais cultural e econômico nas páginas analisadas, foram constatadas também estratégias diferentes das tradicionalmente utilizadas pelas instituições, como uso frequente de *hashtags*, frases motivacionais e publicações com conteúdo afetivo.

Palavras-chave: polícia federal; mídias sociais; instituição; segurança; poder simbólico.

AVANZI, Carla Campos. **#SomosTodosPF**: A study on the communication strategy of the Federal Police in social media, 2021. 117 p. Master thesis (Master in Sociologia) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2021.

ABSTRACT

The Federal Police (PF) has gained prominence in anti-corruption operations in Brazil, in parallel with the relevant growth in its institutional capacity in recent years. As a result, the agency's social media became important instruments of direct communication with the population, a channel constantly used by the PF to transmit news about the operations that took place and other information related to its activities. This study analyzed the communication strategies used by the PF in their social media, in order to understand one of the aspects of building legitimacy by police institutions in Brazil. What strategies are used by the PF in social media to build and reinforce its legitimacy? Based on the Bourdiesian theory, what capital are mobilized by the PF in their social media in order to increase their symbolic power? Is the disclosure of information on social networks proportional to the patterns of activities carried out by the PF? To answer these questions, the contents of all publications made by the Federal Police in 2017 and 2018 on its official pages on Facebook, on Instagram and on Twitter were analyzed, as well as the Federal Police's annual management reports. The data collected on social media were compared with the information contained in the activity reports in order to ascertain whether the activity patterns are repeated in social media publications or whether they are distinct, prioritizing certain activities. Then, the content analysis of the information was carried out in order to answer the research questions asked. The results of the analysis show that the content published on social media differs from the standards of operations carried out, with emphasis on publications that act to combat crimes against human rights and crimes against the environment, especially on Instagram. In addition to the mobilization of cultural and economic capital on the analyzed pages, strategies different from those traditionally used by institutions were also found, such as frequent use of hashtags, motivational phrases and publications with affective content.

Keywords: federal police; social media; institution; safety; symbolic power.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Operações realizadas pela Polícia Federal entre os anos de 2003 a 2016....	47
Figura 2	Apreensão de cocaína pela Polícia Federal entre os anos de 1995 a 2019...	48
Figura 3	Exemplos de publicações sequenciais no Twitter – Operação conclave.....	65
Figura 4	Exemplos de publicações de operações no Twitter que não indicam os crimes ou a conduta delituosa.	73
Figura 5	Exemplos de publicações genéricas sobre treinamentos – Instagram - 2017 e 2018	76
Figura 6	Exemplos de publicações específicas sobre treinamentos – Instagram - 2017 e 2018	77
Figura 7	Exemplos de publicações sobre as capacidades técnicas dos agentes da PF – Instagram - 2017 e 2018	78
Figura 8	Exemplos de publicações sobre os edifícios da PF – Instagram - 2017 e 2018.....	80
Figura 9	Exemplos de publicações sobre os veículos – Instagram - 2017 e 2018.....	82
Figura 10	Publicação com a imagem de um agente da Polícia Federal no Instagram.	83
Figura 11	Exemplos de frases motivacionais - citações – Instagram -2017 e 2018.....	87
Figura 12	Exemplos de frases motivacionais - afirmativas - Instagram – 2017 e 2018.....	89
Figura 13	Publicação de votos institucionais.....	90
Figura 14	Exemplos de frases de votos institucionais – Instagram - 2017 e 2018.....	91
Figura 15	Publicação de cão - Instagram.....	94
Figura 16	Exemplos de publicações com cachorros – 2017 e 2018.....	95
Figura 17	Publicação com filhotes.	95
Figura 18	50 Hashtags mais utilizadas no pela Polícia Federal– 2017 e 2018.....	98

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Atributos positivos e negativos segundo a corporação - 2009.....	34
Tabela 2	Composição do banco de dados por número de publicações.....	55
Tabela 3	Operações realizadas por área de atuação - 2017.	60
Tabela 4	Publicações sobre as Operações no Instagram x no Facebook x no Twitter - 2017	61
Tabela 5	Operações realizadas por área de atuação em 2018.....	67
Tabela 6	Publicações sobre as Operações no Instagram x Facebook x Twitter - 2018.....	68
Tabela 7	Publicações do Instagram, Facebook e Twitter por categoria principal – 2017 e 2018.....	75
Tabela 8	Principais componentes das imagens ou vídeos no Instagram - 2017 e 2018.....	83
Tabela 9	Publicações remanescentes no Instagram, Facebook e Twitter – 2017 e 2018.....	85
Tabela 10	10 hashtags mais utilizadas pela Polícia Federal nas mídias sociais – 2017 e 2018.....	97

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Operações x Facebook x Instagram x Twitter	62
Gráfico 2	Percentual de operações realizadas x Percentual de publicações no Instagram x Facebook x Twitter - 2018.....	68

SUMÁRIO

	CONSIDERAÇÕES INICIAIS	13
1	CAPÍTULO I - INSTITUIÇÕES ESTATAIS E LEGITIMIDADE POLICIAL	18
1.1	O CAMPO DE LUTAS SIMBÓLICAS	18
1.2	MOBILIZAÇÃO DE CAPITAIS NO CAMPO DA SEGURANÇA.....	23
1.3	POLICIAMENTO E CONSTRUÇÃO DE LEGITIMIDADE POLICIAL	27
2	CAPÍTULO II - DE UMA POLÍCIA DISTRITAL AO COMBATE À CORRUPÇÃO NACIONAL	33
2.1	ESTUDOS POLICIAIS NO BRASIL: COMO A POLÍCIA FEDERAL E A MÍDIA SÃO TRATADOS.....	33
2.3	LITERATURA SOBRE A POLÍCIA FEDERAL E PRINCIPAIS DESAFIOS DA INSTITUIÇÃO.....	39
2.4	A ASCENSÃO DA CAPACIDADE DA PF NOS ÚLTIMOS ANOS	44
3	CAPÍTULO III - A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM: QUEM É A PF NAS REDES?	51
3.1	METODOLOGIA.....	51
3.1.1	Pesquisa Com Mídias Sociais.....	51
3.1.2	Procedimentos Para A Coleta De Dados Nas Mídias Sociais.....	53
3.1.3	Tratamento Dos Dados E Análise De Conteúdo	56
3.2	OPERAÇÕES DEFLAGRADAS E AS MÍDIAS SOCIAIS DA POLICIA FEDERAL	59
3.2.1	Operações Deflagradas E Mídias Sociais Em 2017	59
3.2.1.1	Instagram	63
3.2.1.2	Facebook	64
3.2.1.3	Twitter	65
3.2.2	Operações Deflagradas E Mídias Sociais Em 2018	66
3.2.2.1	Instagram	69
3.2.2.2	Facebook	71
3.2.2.3	Twitter	71
3.3	OS CAPITAIS NAS MÍDIAS SOCIAIS.....	74

3.3.1	Capital Cultural: Conhecimento Técnico, Equipe Especializada E Treinamento Do Efetivo	75
3.3.2	Capital Econômico – Estrutura Da Polícia Federal	79
3.4	Estratégias De Comunicação	82
3.4.1	Composição Das Imagens No Instagram	82
3.4.2	Estratégias De Linguagem.....	84
3.4.3	Frases Motivacionais	85
3.4.4	Os K9s Da PF	92
3.4.5	Hashtags	96
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	101
	REFERÊNCIAS	109
	ANEXOS	115

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

No dia 23 de agosto de 2019, no início da manhã, a Polícia Federal (PF) deflagrou a 64ª fase da operação Lava Jato, denominada Operação *Pentiti*¹. Nesse mesmo dia, às 8h 04min foi publicada uma notícia no próprio site da PF contendo informações detalhadas sobre a operação, bem como sobre a origem do nome que, como sempre, é sugestivo². Poucas horas após o início da Operação *Pentiti* foi realizada uma publicação na página oficial da PF no *Instagram*, com três vídeos curtos sobre as atividades do dia contendo trechos de agentes e carros da PF em movimento. A publicação atingiu a cifra de mais de 21 mil curtidas³ de usuários da plataforma, bem acima da média de interações em outras publicações institucionais da PF, e muito acima da média de interações nas publicações em outras páginas institucionais no *Instagram*⁴⁵.

O presente trabalho busca analisar as publicações da PF em suas mídias sociais oficiais, identificando as estratégias de comunicação utilizadas pela instituição nesses canais, com o intuito de iluminar um dos aspectos de construção de legitimidade pelas instituições policiais. Assim, tem-se como objetivo geral compreender as estratégias de comunicação utilizadas pela PF em suas mídias sociais. Além disso, pretende-se identificar os capitais mobilizados pela PF nessas mídias sociais, como forma de reforçar seu capital simbólico.

A visibilidade da PF nas mídias sociais está em grande medida relacionada ao papel destacado que a instituição passou a ter no combate à corrupção, em razão da sua competência constitucional para a apuração de infrações penais contra a ordem política e social. Na atuação das instituições no combate à corrupção pública, Arantes (2011a) ressalta que o Brasil se caracteriza por uma variedade de agentes envolvidos na apuração e combate desses crimes, que agiam de forma parcialmente autônoma e independente dos demais. Recentemente, algumas dessas instituições passaram a agir de forma mais integrada, tendo o Ministério Público Federal e a Polícia Federal assumido um papel de liderança no cenário político brasileiro dos últimos

¹A operação teve o intuito de apurar crimes de corrupção e lavagem de dinheiro relacionado à planilha “Recurso Especial Italiano”, obtida após acordos de delação premiada. Na ocasião, 80 policiais federais cumpriram 12 mandados de busca e apreensão. Para mais informações sobre a operação acesse: <http://www.pf.gov.br/imprensa/noticias/2019/08/policia-federal-deflagra-64a-fase-da-operacao-lava-jato>. Acessado em: 14 out 2019.

² Segundo o site da Polícia Federal (2020, [p.i.]), “o nome da operação significa ‘arrepentidos’ e faz referência a termo empregado na Itália para designar pessoas que integraram organizações criminosas e, após suas prisões, decidiram se arrepender e colaborar com as autoridades para o avanço das investigações”.

³ 21.620 curtidas foram contabilizadas no dia 14 de outubro de 2019.

⁴ O *Instagram* anunciou o fim da visualização do número de curtidas nas publicações em sua plataforma a partir do dia 17 de julho de 2019. No entanto, essa visualização ainda é possível com o acesso à plataforma pelo computador, ou por meio de programas específicos de raspagem de dados.

⁵ A título de comparação, o perfil oficial do Ministério Público Federal (que também integra a Operação Lava-Jato) no *Instagram* conta com 36,3 mil seguidores e possui uma média de curtidas abaixo de 1.000 em suas publicações na plataforma.

anos⁶ (ARANTES, 2011a, 2011b). Essa atuação dos órgãos de persecução penal no combate à corrupção por agente públicos tem instigado uma grande movimentação midiática em torno do tema, mobilizando eleitores em torno de uma agenda política de maior transparência na administração nos últimos anos. Um exemplo dessa mobilização midiática é a estratégia utilizada na Operação Lava Jato. A repercussão da operação na mídia tomou grandes proporções, com intenso acompanhamento dos jornais, quase em tempo real, das operações deflagradas, além da formação de diversos grupos de apoio nas mídias sociais.

A capacidade logística da PF também aumentou significativamente nos últimos anos, o que pode ser visualizado se considerar os números de operações realizadas. Segundo informações do próprio site da PF, de 2003 a 2016, o número de operações realizadas pela instituição aumentou em mais de 30 vezes, mantendo um constante e ininterrupto crescimento nesse intervalo de tempo. De acordo com Azevedo e Pilau (2018), a PF já estava se consolidando como uma “polícia de elite”, aumentando sua autonomia, principalmente após 2003. Uma pesquisa realizada pelo Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), em 2018, avaliou a PF como a terceira instituição mais bem posicionada no Índice de Confiança Social (ICS), ficando atrás apenas das igrejas e do Corpo de Bombeiros, indicando o sucesso da instituição em fortalecer sua imagem junto à população. Nesse contexto, as mídias sociais relacionadas à PF também ganharam grande destaque, com aumento significativo de seguidores e de interações, se comparados às páginas de outras instituições⁷.

Para realizar este estudo, a ferramenta analítica a ser empregada é a teoria dos capitais de Bourdieu (2004). O autor preconiza que o Estado não é um elemento acabado, mas composto por agentes e instituições que falam em seu nome e em nome do interesse universal, e se encontram em constantes disputas pelo denominado poder de nomeação legítima. Apesar de os agentes serem revestidos da legalidade decorrentes do Estado, a sua posição no campo de disputas os impulsionam constantemente a reforçar esse poder, mobilizando diversos capitais para aumentar o seu poder simbólico e impor a sua visão de mundo (BOURDIEU, 2004). Na acepção de Bourdieu (1986), os capitais são o resultado do trabalho acumulado ao longo do tempo, podendo ser apropriado por um indivíduo ou um grupo e transformado em energia social para as lutas que acontecem no campo social. Assim, os agentes estatais mobilizam os capitais

⁶ Uma das primeiras operações de destaque midiático no combate à corrupção foi o chamado escândalo do caso Banestado. Para informações sobre a força-tarefa acesse: <https://mpf.jusbrasil.com.br/noticias/21051/mpf-pr-balanço-sobre-o-caso-banestado>. Acessado em: 20 dez 2020.

⁷ Em dezembro de 2020, a página oficial da Polícia Federal contava com mais de 2,8 milhões de seguidores no Facebook, enquanto a página do Ministério Público Federal, por exemplo, continha um número bem inferior, com pouco mais de 500 mil seguidores na mesma plataforma.

adquiridos para aumentar o seu poder simbólico, que é abstrato e difuso, mas possui o condão de construir a realidade. As mídias sociais podem refletir a mobilização desses capitais com o objetivo de aumentar o poder simbólico nas disputas ocorridas nos diversos campos de poder, em que a PF está inserida.

O reconhecimento da autoridade pela população também é fundamental para aumentar o poder simbólico da instituição (BOURDIEU, 2007). Nesse sentido, as estratégias utilizadas pelas instituições estatais, muitas vezes, determinam o grau de apoio recebido pela população às suas atividades, ratificando ou não a legitimidade de atuação no cumprimento de suas funções. Além da utilização da comunicação de massa, que media a percepção sobre a atividade policial (através dos jornais e de programas televisivos, por exemplo), as mídias sociais abriram a possibilidade de a própria instituição atuar na construção da sua imagem perante o público, com o intuito de aumentar a sua legitimidade, sem os tradicionais mediadores da informação (LOADER; MULCAHY, 2003). Dentre as estratégias de comunicação utilizadas pelas instituições, as mídias sociais on-line constituem uma ferramenta importante para a construção e ratificação de legitimidade, visto que, com elas, são formados novos padrões de sociabilidade e interação, com novas organizações sociais (RECUERO, 2009). Embora as mídias sociais compreendam algumas restrições, como público limitado aos usuários das plataformas, elas se apresentam como um importante meio para a obtenção de informações, principalmente porque constituem o canal direto de comunicação com o público, sem intermediários externos sobre o conteúdo.

A atividade policial também guarda peculiaridades com relação às atividades de outras instituições estatais. Ao que tange à polícia, destaca-se que ela é “autorizada porque lhe são conferidos respaldo legal e consentimento social para policiar” (MUNIZ; PROENÇA JR, 2014, p. 493). Esse consentimento social advém das representações e das expectativas sobre a instituição policial. Assim, a busca por legitimidade é intrínseca ao próprio exercício de sua atividade, de forma que os meios de comunicação se tornam um importante instrumento para essa ratificação social do papel policial. Além dos aspectos tradicionais que envolvem o policiamento, a polícia também é revestida de elementos simbólicos, como instituição cultural e de performance, diretamente vinculada à manutenção da ordem (LOADER; MULCAHY, 2003). Segundo Loader (1997), a polícia é a “voz” principal quando se refere aos assuntos relacionados à segurança. Esse consentimento social também é adquirido com o apoio recebido nas mídias sociais, razão pela qual a atividade desenvolvida pela instituição nessas plataformas merece atenção.

Os estudos sobre a atuação da PF para reforçar sua legitimidade ainda são escassos no

Brasil. Um importante levantamento sobre os estudos policiais em Ciências Sociais no Brasil foi realizado por Muniz, Caruso e Freitas (2018), em que foram destacados os principais eixos temáticos dos trabalhos sobre o tema. Apesar do interesse pelas instituições policiais ter aumentado significativamente nos últimos anos no Brasil, como constatado pelos autores, os trabalhos que abordam diretamente a PF ainda são poucos. Em 2019, Fagundes e Pilau realizaram um levantamento dos estudos sobre a PF nas ciências sociais no Brasil e apontaram uma lacuna de pesquisas sobre a construção da imagem pela PF, como possibilidade de uma agenda de pesquisa.

Este trabalho visa contribuir para o avanço dessa agenda. Os questionamentos a serem esclarecidos com a pesquisa são os seguintes: quais as estratégias utilizadas pela PF nas mídias sociais para construir e reforçar sua legitimidade? Com base na teoria bourdieusiana, quais capitais são mobilizados pela PF em suas mídias sociais com o intuito de aumentar seu poder simbólico? A divulgação de informações nas redes sociais é proporcional aos padrões de atividades realizadas pela PF? A repercussão da operação Lava Jato na mídia aumentou o protagonismo da PF como instituição atuante no combate à corrupção, aumentando também o seu poder simbólico e legitimidade do órgão. Assim, uma hipótese deste trabalho é que o órgão priorize os assuntos relacionados ao combate à corrupção em suas redes sociais, especialmente as operações vinculadas à operação Lava Jato, como forma de aumentar o seu protagonismo nessa área. Nesse sentido, se a hipótese estiver correta, espera-se encontrar um percentual maior de publicações relacionadas ao tema da corrupção do que o percentual de operações sobre a temática nos relatórios anuais de atividades da PF.

De outro norte, uma hipótese rival à anterior que essa pesquisa busca avaliar é a de que as redes sociais do órgão podem ser utilizadas para equilibrar a divulgação das operações realizadas pela PF, corrigindo a preferência pela Lava Jato por outros canais de comunicação. Isto porque nas redes sociais inexistem a intervenção da mídia ou de terceiros na propagação de notícias, de forma que a própria instituição pode determinar as suas prioridades. Em pesquisa realizada por Costa, Machado e Zackseski (2016b), constatou-se uma insatisfação por parte de alguns agentes com a prioridade de tratamento pela mídia para as operações de combate à corrupção do Sul e Sudeste, principalmente nas operações relacionadas à Lava Jato. Na ocasião, os agentes destacaram que, mesmo se outras operações em outras regiões do país apreender montantes maiores de valores, ou representem maior impacto ao erário, a mídia tende a promover apenas as operações da Lava Jato. Logo, se a segunda hipótese estiver correta, espera-se que o padrão de publicações nas mídias sociais seja semelhante ao padrão de operações encontrado nos relatórios anuais de atividades da PF. As duas hipóteses apresentadas são

contrapostas e podem ser confirmadas ou rejeitadas com o exame dos dados coletados ao longo desta pesquisa. Se for confirmada a primeira hipótese, automaticamente a segunda é rejeitada, e vice-versa.

A pesquisa foi realizada em três etapas. Inicialmente, foi feita uma raspagem de dados nas páginas oficiais nas mídias sociais da PF no *Facebook*, no *Instagram* e no *Twitter*. A mineração de dados foi realizada com programação específica para essa atividade, com utilização de APIs (Application Programming Interface), programação em R, e, eventualmente, extração manual de informações nas plataformas. Os dados foram coletados para o período entre 1º de janeiro de 2017 e 31 de dezembro de 2018, alcançado 5.528 publicações (819 no *Instagram*; 1.717 no *Facebook*; e 2.992 no *Twitter*). Essas publicações foram categorizadas individualmente, a partir dos objetivos desta pesquisa. Para cada publicação, em cada uma das mídias sociais, foi preenchida uma ficha individual contendo o tipo (vídeo, foto ou *link*), data e o texto de descrição. Posteriormente, os dados levantados nas mídias sociais foram comparados com as informações contidas nos relatórios anuais de atividades da PF, a fim de averiguar se os padrões de atividades se repetem nas publicações nas mídias sociais ou se eles são distintos, priorizando determinadas atividades. As operações nos relatórios de gestão foram divididas em oito eixos temáticos: tráfico de drogas; crimes fazendários, desvio de recursos públicos e corrupção; crimes contra o patrimônio e tráfico de armas; crimes cibernéticos, crimes contra o meio ambiente; crimes contra a Previdência Social; crimes eleitorais e crimes contra comunidades indígenas; crimes contra Direitos Humanos; e crimes financeiros. Após a categorização dos dados foi feita a análise de conteúdo das publicações, a fim de identificar informações de cunho qualitativo para a pesquisa.

1 CAPÍTULO I - INSTITUIÇÕES ESTATAIS E LEGITIMIDADE POLICIAL

Este capítulo apresenta os principais referenciais teóricos que nortearão a pesquisa. Inicialmente, serão destacadas as disposições sobre burocracia estatal e poder simbólico, pautadas, principalmente, em Bourdieu (2004, 2007). Por conseguinte, serão apresentados os fundamentos teóricos sobre o campo da segurança e como os atores, com destaque os policiais, mobilizam os diversos capitais para aumentar sua legitimidade.

1.1 O CAMPO DE LUTAS SIMBÓLICAS

A teoria de Bourdieu (2004), designada pelo autor como construtivista estruturalista⁸, pode ser considerada uma teoria relacional (BOURDIEU, 2007) que pretende superar a dicotomia entre o objetivismo e o subjetivismo. Nela são formulados conceitos como de campo, *habitus*, capitais e dominação simbólica, que são centrais ao seu empreendimento teórico. Para ele, os agentes realizam uma apreensão ativa do mundo, construindo sua própria visão, mas o fazem sob coações estruturais. As “estruturas estruturantes”, na concepção de Bourdieu (2004, 2007), afetam a cognição dos agentes, também socialmente estruturadas. Essa relação da percepção do mundo social com elementos estruturantes e estruturados é basilar para a manutenção das desigualdades no campo, visto que, objetivamente, os agentes possuem características diferentes e estão em posições desiguais; e subjetivamente os juízos criados sobre o mundo social mantêm as relações de poder simbólico (BOURDIEU, 2004).

O *habitus*, como conceituado por Bourdieu (2004, p. 158), são “as estruturas mentais através das quais eles (os agentes) apreendem o mundo social, são em essência produto da interiorização das estruturas do mundo social”. No entanto, o *habitus* também é simultaneamente um esquema de produção e um esquema de apreensão e percepção de práticas sociais. Dessa forma, a posição do agente no campo e o seu *habitus* afetam a sua representação sobre o mundo social. Por outro lado, essas estruturas estruturantes não tornam o campo social estático e imutável. Há um grau de indeterminação e fluidez que resulta e se manifestam nas lutas simbólicas, com o intuito de legitimar uma determinada visão de mundo aos demais grupos e agentes, Bourdieu (2004) elenca duas formas que as lutas sociais simbólicas se manifestam:

As lutas simbólicas a propósito da percepção do mundo social podem adquirir

⁸*Constructivist structuralism* ou *structuralist constructivism* (BOURDIEU, 2004, p. 149).

duas formas diferentes. Do lado objetivo, pode-se agir através de ações de representação, individuais ou coletivas, destinadas a mostrar e a fazer valerem determinadas realidades: penso, por exemplo, nas manifestações que têm como objetivo tornar manifesto um grupo, seu número, sua força, sua coesão, fazê-lo existir visivelmente; e, ao nível individual, em todas as estratégias de apresentação de si, tão bem analisadas por Goffman, e destinadas a manipular a imagem de si e sobretudo - isso Goffman esqueceu - de sua posição no espaço social. Do lado subjetivo, pode-se agir tentando mudar as categorias de percepção e apreciação do mundo social, as estruturas cognitivas e avaliatórias: as categorias de percepção, os sistemas de classificação, isto é, em essência, as palavras, os nomes que constroem a realidade social tanto quanto a exprimem, constituem o alvo por excelência da luta política, luta pela imposição do princípio de visão e divisão legítimo, ou seja, pelo exercício legítimo do efeito de teoria (BOURDIEU, 2004, p. 162).

Assim, as lutas simbólicas podem ocorrer objetivamente como ações de representação, individual ou coletivamente; ou subjetivamente na tentativa de alterar as categorias de percepção do mundo social. Em um primeiro momento, a utilização de mídias sociais pelas instituições policiais poderia ser enquadrada na forma objetiva, visto que coletivamente o órgão intenciona demonstrar sua força de representação. As duas formas, no entanto, não se separam, visto que a imposição de visão de mundo, presente na forma subjetiva das lutas simbólicas, constitui a finalidade última dos agentes e grupos sociais.

Bourdieu (2007) emprega o conceito de campo de poder para designar a relação de forças entre os agentes pelo monopólio do poder, que mobilizam os capitais para impor sua definição de mundo de forma legítima. O espaço social, na acepção de Bourdieu (2007), é multidimensional, composto por vários campos de lutas simultaneamente e autônomos, mas podendo se relacionar entre si, não sendo, necessariamente, antagônicos. A distribuição dos diferentes tipos de capitais e a combinação desses capitais em cada campo é o que determina o estado das relações de força e a posição dos agentes no campo. O espaço social é inerentemente um espaço de disputas, um campo de forças e lutas pelo poder de dominação. Ainda que o espaço social, com base em Bourdieu (2004), muitas vezes se assemelhe com o espaço físico, visto que os agentes próximos fisicamente tendem a fazer escolhas semelhantes, eles não se confundem. Nesse sentido, as mídias sociais, apesar de não corresponderem a um espaço físico delimitado, configuram um espaço social, pois são lugares de disputas por poder. Logo, as mídias sociais representam uma exceção à tendência de similaridade entre o espaço social e o espaço físico, já que nelas é possível estar socialmente próximo, no mesmo grupo social, mesmo que os agentes integrantes estejam geograficamente distantes.

Bourdieu (2004) ressalta ainda que o mundo social é marcado pela lógica da diferença, por meio da distribuição desigual de propriedades. É a lógica da diferença que garante a

dominação sobre os dominados, e é o reconhecimento das diferenças que garante o poder legítimo de uma identidade sobre a outra (BOURDIEU, 2007). No campo de lutas, os capitais estão distribuídos de forma desigual entre os agentes e o que distingue os agentes e grupos sociais é a posição relativa ocupada nesse espaço, podendo variar em cada campo. Dessa maneira, embora todos os usuários tenham o mesmo acesso às plataformas digitais, as desigualdades de fora da rede também se manifestam dentro dela, pois, os agentes mantêm lugares privilegiados e legitimados para tratar de determinados assuntos. Além disso, a estrutura externa de apoio especializado a ser utilizada na rede social pode melhorar o desempenho do agente ou grupo nas mídias sociais. Sobre isso, por exemplo, a Polícia Federal (PF) além de ocupar uma posição de legitimidade em decorrência de sua atividade estatal, possui, também, internamente uma Divisão de Comunicação Social que gerencia as mídias sociais e propicia melhor desempenho em suas campanhas de comunicação com o público. Por conseguinte, as publicações da PF tendem a ter uma força maior do que as publicações de usuários comuns na rede.

O poder simbólico, elemento difuso e abstrato, é o de imposição da visão de mundo e de construção da realidade. Esse poder não decorre somente das normas legais, tendo a capacidade de reforçar a legitimidade das instituições que o detém, seja frente aos demais poderes (Legislativo, Executivo e Judiciário *stricto sensu*), seja frente às outras Instituições do mesmo poder federativo (Polícia Militar, Polícia Civil, Advocacia Geral da União, por exemplo). Ele é descrito por Bourdieu (2007, p. 7) como um “poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem”. No entanto, o poder simbólico não resulta da simples soma matemática dos capitais adquiridos, porquanto os capitais podem possuir diferentes valores entre si, e nos diferentes campos em que são empregados. Bourdieu (2007) salienta o caráter de dominação do poder simbólico que, quando utilizado pelos agentes, tende a impor os interesses individuais como se fossem interesses coletivos, promovendo a manutenção do poder dos dominantes perante os dominados. Sobre a dominação nos sistemas simbólicos, segundo Bourdieu:

É enquanto instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os “sistemas simbólicos” cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber para a “domesticação dos dominados” (BOURDIEU, 2007, p. 11).

Os diferentes grupos e classes estão constantemente em uma luta simbólica para impor a sua visão de mundo, de acordo com seus interesses particulares. Assim, o poder simbólico se manifesta, se constitui, reside nessa relação entre os dominantes e dominados, nessa relação de forças e de poder, “o que faz o poder das palavras e das palavras de ordem, poder de manter a ordem ou de a subverter, é a crença na legitimidade das palavras e daquele que as pronuncia, crença cuja produção não é da competência das palavras” (BOURDIEU, 2007, p. 15).

Além disso, Bourdieu (2004) menciona o chamado efeito de nomeação oficial, que seria a legitimidade jurídica de outorgar a alguém um título socialmente reconhecido e advindo do Estado. O Estado é detentor da capacidade de nomeação legítima e classificação oficial. No entanto, para Bourdieu (2004), o ponto de vista oficial do Estado não se confunde com o discurso oficial proferido pelos seus agentes e representado pelo ponto de vista das autoridades. O que transforma um discurso singular em um discurso público é consentimento, que, mais do que polícia e exército, concentra o fundamento do Estado e legitima a violência simbólica (BOURDIEU, 2014). Isso não significa que as autoridades oficiais detêm o monopólio absoluto de imposição da visão de mundo legítima, mas estão em constante luta por esse poder (BOURDIEU, 2004). Apesar de o poder de nomeação legítima ser uma força relativamente autônoma, se comparada a outras forças sociais, a posição dos agentes nesse jogo também é elementar para o exercício desse poder no campo de lutas.

A política é o lugar por excelência dessas lutas e os profissionais são os principais agentes dessas lutas pela imposição, transformação ou manutenção, de sua visão de mundo. Para Bourdieu (2007), a busca pela legitimidade do poder constitui uma luta simbólica, em que se buscam os instrumentos de legitimação decorrentes do poder estatal. Essa luta, ainda com base em Bourdieu (2007, p. 174), assume a forma de uma “luta pelo poder propriamente simbólico de fazer ver e fazer crer, de predizer e de prescrever, de dar a conhecer e de fazer reconhecer, que é ao mesmo tempo uma luta pelo poder sobre os poderes públicos”. Se, por um lado, o que reforça a legitimidade dos agentes estatais, para falar em nome do grupo, é a demonstração de que seus interesses são públicos e universais, por outro lado, ocorrem, paralelamente, lutas internas entre os agentes sociais, no âmbito do estado, para monopolizar esse discurso universal em prol de interesses particulares (BEZERRA, 2015). Nesse sentido, Bourdieu (2004) reforça que nessa luta pela produção do senso comum e monopólio da dominação legítima os agentes a mobilizarem o capital simbólico adquirido anteriormente e que pode ser juridicamente validado.

Para Bourdieu (2007), o mercado da política é um dos menos livres que existem. Isto porque nesse campo são gerados “na concorrência entre os agentes que nele se acham

envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos” (BOURDIEU, 2007, p. 164), com grande probabilidade de ocorrência de mal-entendido entre os cidadãos comuns não vinculados às burocracias diretamente. Assim, a força simbólica decorre do Estado. Pois, ao mesmo tempo em que esse poder necessita ser reforçado constantemente, tanto para acumular crédito, quanto para evitar o descrédito, os agentes e instituições se encontram em contínua disputa entre si.

O Estado, dessa forma, não é um elemento acabado para Bourdieu (2007), mas é produto de uma crença coletiva, fruto também de teorias políticas e jurídicas (BEZERRA, 2015). A crença na autoridade do Estado é mais importante para a sua legitimidade do que propriamente o uso da coerção física. Para Bourdieu (2007), o Estado é uma fonte de poder simbólico, em que também se produz a legitimação para a atuação das instituições, o qual Bezerra (2015) chama de “crença organizada” ou “confiança organizada”. Segundo afirma Koerner (2018, p. 317), ao destacar a judicialização dos conflitos políticos, “é pela linguagem jurídico-constitucional que a autoridade fala, define suas relações com a oposição e a sociedade, o seu papel na manutenção da ordem e na realização dos fins coletivos”. Por conseguinte, a busca por legitimidade perante as massas se faz um elemento essencial das Instituições burocráticas para manutenção no poder.

Essa força estatal está relacionada à capacidade de mobilização do maior número de apoiadores, pois, a legitimidade de um discurso depende também do seu reconhecimento fora do círculo de profissionais na qual está inserido (BOURDIEU, 2007). A utilização dos aparatos midiáticos pelos órgãos dos sistemas judiciários teria por principal objetivo angariar apoio popular para legitimar suas ações, aumentando o poder simbólico decorrente do Estado (e em face dele), para garantir a continuidade de suas atividades. Isto porque, segundo Bourdieu (2007, p. 185), o campo político é o “lugar de uma concorrência pelo poder que faz por intermédio de uma concorrência pelos profanos, ou melhor, pelo monopólio do direito de falar e de agir em nome de uma parte ou da totalidade dos profanos”. Assim, as instituições utilizam estratégias distintas de comunicação com a intenção de obter maior apoio popular e, em um segundo momento, mais recursos financeiros, agentes públicos e autonomia para o exercício das suas atividades. Nesse sentido, a força dos seguidores nas mídias sociais não é insignificante e não pode ser ignorada. Ao contrário, ela representa a afirmação da legitimidade da instituição para falar em nome do grupo, em nome dos que estão fora do círculo burocrático. Os instrumentos de comunicação, inclusive os digitais, visam aumentar o poder simbólico das instituições frente a outros poderes e as massas.

Sobre a utilização de estratégias de comunicação, Thompson (2011, p. 288) define a

comunicação de massa como “a produção institucionalizada e a difusão generalizada de bens simbólicos através da transmissão e do armazenamento da informação/comunicação”. Na concepção de Bourdieu (2007), os símbolos são instrumentos de integração social por excelência, visto que são instrumentos de comunicação e de conhecimento, tornando possível o consenso sobre o sentido do mundo social e promovendo integração social. Para o autor, assim como a linguagem condiciona o sentido de inteligibilidade da palavra, também as estruturas condicionam a interpretação dos símbolos.

Além disso, impõe-se a importância do teor do discurso proferido, pois, para Bourdieu (2007, p. 185), no campo de disputas políticas, “dizer é fazer”, fazer acreditar que o que se diz é verdade, que se trata de “palavras de ordem”, capazes de criar a própria ordem social. Nisto se reforça, também, a importância da crença em quem profere as palavras de ordem, já que o poder simbólico se vincula estreitamente ao reconhecimento da autoridade de quem profere as palavras de ordem ou subversão (BOURDIEU, 2007). Assim, a autoridade das instituições estatais não consiste somente na legalidade objetiva que confere poder, mas na crença subjetiva de validade de quem respeita a autoridade. Não basta às instituições burocráticas serem revestidas de legalidade para exercer sua autoridade, é necessário o respaldo da crença nesta legalidade, decorrentes do procedimento costumeiro. Para a PF, por exemplo, é interessante transmitir a população um posicionamento firme de investigação e combate ao crime organizado, de órgão íntegro no cumprimento dos seus deveres, apesar dele já estar investido legalmente desta função, prerrogativa garantida constitucionalmente. A utilização de estratégias de comunicação, por parte das instituições do Estado, visa ratificar este segundo aspecto, da crença, fortalecendo o posicionamento das atividades por ela desenvolvidas serem legítimas, mesmo que já respaldadas legalmente.

1.2 MOBILIZAÇÃO DE CAPITAIS NO CAMPO DA SEGURANÇA

No âmbito da teoria bourdiesiana, o espaço simbólico em que ocorre a prestação de serviços de segurança, com diversos atores em constante competição, pode ser tomado como um campo de lutas. Já os capitais, ainda com base em Bourdieu (1986), são o resultado do trabalho acumulado ao longo do tempo, podendo ser apropriado por um indivíduo ou grupo e transformado em energia social para as lutas que acontecem no campo social. Assim, os capitais são instrumentos para participação nas lutas nos diversos campos. Segundo Bourdieu (1986), os capitais se constituem em três formas fundamentais: *capital econômico*; *capital cultural* e *capital social*. No entanto, Bourdieu (2004) evidencia que existem outros tipos de capitais

mobilizados pelos agentes, como o capital político e o capital simbólico, por exemplo. Essas relações de poder não podem ser vistas apenas como a soma matemática dos capitais, porquanto eles possuem valores diferentes nos diferentes campos. Além disso, Dupont (2005) alerta que os conceitos de capitais não são rígidos, devendo ser usados como metáforas que auxiliam na compreensão dos fenômenos.

Bourdieu (1986) destaca, no entanto, que a aquisição de capitais pode variar de acordo com a estrutura dos diferentes campos, em diferentes lugares e épocas. A distribuição de capitais ocorre de forma desigual. A sua utilização de forma desigual pelos agentes em competição com outros reforça a desigualdade nesse campo, legitimando ou alterando as posições. Nesse sentido, o autor destaca que “a estrutura do campo, ou seja, a distribuição desigual do capital é a fonte dos efeitos específicos de capital, ou seja, a apropriação dos lucros e do poder de impor as leis de funcionamento do campo mais favorável ao capital e sua reprodução” (BOURDIEU, 1986, p. 6).

O conceito de securitização de capital⁹ foi desenvolvido por Diphoorn e Grassiani (2016) para compreender a pluralização que ocorre no campo da segurança¹⁰, em que os diferentes capitais são mobilizados pelos diversos atores para adquirir poder e legitimidade, aumentando seu capital simbólico. As autoras destacam que além de tratar sobre os diversos atores envolvidos nesse campo, é necessário também compreender o seu poder de agência, com a utilização de ferramentas como tecnologia, símbolos e discursos (DIPHOORN; GRASSIANI, 2016). Assim, os atores envolvidos no campo da segurança mobilizam seus diversos capitais como forma de aumentar seu capital simbólico, podendo ainda atuar concomitantemente em diferentes campos, mobilizando capitais diferentes. Diphoorn e Grassiani (2016) acrescentam que, nesta competição, as empresas e as instituições podem utilizar diversos instrumentos, como linguagem, tecnologias e redes sociais. Na pesquisa das autoras, realizada em Israel, Jamaica e Quênia, constatou-se que em cada local as forças de segurança mobilizavam diferentes capitais para aumentar seu capital simbólico, ora associando o serviço militar, ora mobilizando Associações voltadas ao setor privado, de forma que a utilização e o valor de cada capital variam de acordo com o campo onde é mobilizado.

Diphoorn e Grassiani (2016) ressaltam as duas naturezas da securitização do capital: a natureza processual e a natureza performativa. A natureza processual implica que não basta a

⁹ “Securitizing capital” (DIPHOORN; GRASSIANI, 2016, p. 430)

¹⁰Dupont (2005, p. 86) elenca dois aspectos marcantes sobre a provisão da segurança nos últimos anos: a pluralização de atores e a mercantilização da segurança. O conceito de pluralização, usado pelo autor, se relaciona com o fato de que os órgãos de polícia pública perderam seu monopólio para uma infinidade de outros provedores de segurança, privados e híbridos, ainda que mantenham seus poderes coercitivos e reguladores.

obtenção do capital, mas a forma como ele é mobilizado em determinado campo, e se realmente é mobilizado. Assim, ainda que um empresário tenha muito capital econômico, se ele não mobilizar esse capital para aumentar suas relações ou adquirir *status*, isso não afetará o campo em que atua. Já a natureza performativa envolve a influência que os atores têm no campo, e como isso pode se alterar com a mobilização dos capitais. Além disso, pode se averiguar os objetivos e motivações que impulsionam a mobilização de determinado capital pelo ator no campo.

A possibilidade de conversão de um capital em outros tipos de capitais, com a menor taxa de perdas nessa conversão, é a base das estratégias de reprodução de capital. Bourdieu (1986, p. 14) ressalta que “qualquer estratégia de reprodução é, ao mesmo tempo uma estratégia de legitimação que visa consagrar tanto apropriação exclusiva e sua reprodução”. Neste sentido, os diferentes tipos de capitais são mobilizados pelas polícias públicas para reforçar seu posicionamento no campo da segurança.

O capital econômico talvez seja o mais mensurável deles, podendo ser rapidamente convertido em dinheiro ou direitos de propriedade (BOURDIEU, 1986). Ainda que restrito às regulamentações governamentais, o capital econômico é utilizado pelas polícias para facilitar a acumulação de outros tipos de capitais, como o político e o simbólico. Além disso, as estratégias são mobilizadas para angariar mais capital econômico por parte dos governos (DUPONT, 2005). Em sua pesquisa, Diphoorn e Grassiani (2016) constataram que muitas empresas de segurança privada forneciam assistência financeira à polícia pública ou a outras empresas do setor de segurança, principalmente àquelas que tinham algum vínculo estatal, como forma de manter boas relações de trabalho. Além disso, no caso de Israel, especificamente, as autoras averiguaram que a exportação de tecnologias de defesa e segurança era um meio de adquirir autoridade em nível internacional, como outra finalidade do capital econômico empenhado nessas tecnologias. No caso brasileiro, o aumento de verba destinada pelo governo federal, nos últimos anos, parece ser um demonstrativo da capacidade da PF em mobilizar essas estratégias e aumentar seus capitais.

O capital cultural seria o “conhecimento explicativo e acionável que uma organização pode mobilizar”, individualmente ou coletivamente (DUPONT, 2005, p. 99). Bourdieu (1986) destaca que ele se constitui em três estados: *encarnado*, quando incorporado na mente e corpo; *objetivado*, na forma de bens culturais como livros, instrumentos etc.; e *institucionalizado*, quando é validado por instituições, como diplomas e certificados. Quanto ao capital cultural em seu estado *institucionalizado*, regularmente mobilizado pelas instituições policiais, Bourdieu (1986, p. 8) ressalta que nele “vê-se claramente a magia performativa do poder de instituir, o

poder de manifestar e garantir crença”. O reconhecimento conferido pela instituição é que confere valor ao capital cultural e permite a comparação entre seus detentores, ou, até mesmo, a sua substituição em determinada função no campo. O princípio mais importante do capital cultural é a lógica da transmissão desse capital, que ocorre com o dispêndio de tempo por parte do transmissor. Para Bourdieu (2004), a transmissão de capital cultural é a forma oculta mais eficaz de transmissão hereditária de capital, com grande peso nas estratégias de reprodução.

O capital cultural também pode englobar o conhecimento prático da rotina policial, muito valorizada pelos agentes da PF, por exemplo, ou mesmo o serviço de inteligência criminal (DIPHOORN; GRASSIANI, 2016). Dupont ressalta que, muitas vezes, esse conhecimento prático pode entrar em conflito com os conhecimentos “oficiais” da organização ou acadêmicos, o que se vislumbra na prática na PF no conflito interno que ocorre entre os agentes e os delegados de polícia. Há também, nesse caso, possibilidades de conversão de capital econômico em capital cultural, com a aquisição de cursos e capacitação; bem como de capital cultural em capital econômico, na medida em que os títulos conferem maior possibilidade de ascensão no mercado de trabalho. Uma das formas de manutenção e aumento do capital cultural são os cursos e treinamentos de atualização e aperfeiçoamento do efetivo. Além da realização de cursos pela PF, constatados nos relatórios anuais de atividades, a divulgação nas mídias sociais dos cursos realizados também reforça esse capital cultural e aumenta o poder simbólico e legitimidade da instituição.

O capital social pode ser considerado essencial para aumentar o capital simbólico dos atores e se relaciona com a capacidade de “iniciar e manter relações com outros grupos de indivíduos” (DUPONT, 2005, p. 101), ou seja, com a quantidade e qualidade das conexões que um agente é capaz de mobilizar no campo. Os grupos possuem formas de transmissão do capital social, de forma que a concentração desse capital é o que permite e mantém a existência do grupo (BOURDIEU, 1986). Bourdieu (1986) destaca que o capital social se refere ao “crédito” ou “credencial” que um agente possui em uma rede de relacionamentos mais ou menos institucionalizada, o que vincula estreitamente às estratégias para a manutenção dessa rede. Por conseguinte, essas conexões podem mobilizar outros tipos de capitais, como o capital econômico e cultural, no que o autor designa de efeito multiplicador. No campo da segurança, Dupont (2005) aponta para duas formas eficazes de aumentar o capital social: com os policiamentos comunitários e a realização de parcerias com outros órgãos.

O capital político também é muito mobilizado pelas polícias, principalmente porque é dele que decorre o aumento de capital econômico (ao contrário do que ocorre com as empresas de segurança privada, os quais possuem outros meios de angariar recursos financeiros)

(DUPONT, 2005). Dessa forma, surge a necessidade de constantes interações com outros nós da rede, com a finalidade de influenciar politicamente as decisões que envolvem a instituição. Os atores da corporação policial também utilizam diversas estratégias para mobilizar o capital político, desde abordagens conciliatórias, argumentos legais, até mobilizar a mídia para aumentar sua credibilidade (DUPONT, 2005).

No entanto, é o capital simbólico que permite a extensão dos outros tipos de capitais pela instituição e está associado diretamente à legitimidade da organização policial e à sua manutenção como ator central no campo. Além disso, o capital simbólico também é decorrente da acumulação dos outros tipos de capitais (além de fatores externos), em uma relação altamente interdependente (DUPONT, 2005; DIPHOORN; GRASSIANI, 2016). Para Bourdieu (2004), o capital simbólico se constitui com o conhecimento e reconhecimento dos capitais cultural e econômico em determinado espaço social.

Além dos capitais mencionados, atualmente, a utilização da mídia, incluindo as mídias sociais, é fundamental para a participação das instituições no jogo político, podendo ser considerada crucial para a divulgação e reforço dos capitais mobilizados.

1.3 POLICIAMENTO E CONSTRUÇÃO DE LEGITIMIDADE POLICIAL

O campo da segurança compreende diversos atores que se encontram em disputa, conforme explanado com a teoria de Bourdieu (1986, 2004, 2007). No entanto, mesmo em um contexto pluralizado, as polícias públicas ainda mantêm o *status* central na governança da segurança, ainda que não detenham mais o monopólio da atividade, porquanto permanecem como reguladores da atividade de segurança e realizando parcerias com os demais órgãos (DUPONT, 2005). Assim, ainda que a polícia não detenha o monopólio da violência legítima, no termo clássico weberiano, ela ainda é detentora do poder de nomeação legítima, autorizando ou não o exercício de outras atividades relacionadas à segurança.

Sobre a relação entre a polícia e a política, Reiner (2004) reforça a importância da construção de legitimidade pelas instituições policiais, visto que essa legitimidade comporta limites e não é imutável. Como a atividade policial abrange a resolução de conflitos e envolve, necessariamente, uma parte que está sendo policiada, para que esse policiamento seja efetivo é preciso de um apoio da maioria da população e ainda de parte dos que estão sendo policiados (REINER, 2004). Um dos aspectos importantes para a construção da legitimidade policial é a aparência de eficácia de suas ações, tanto na prestação de serviço à comunidade, como no controle do crime e manutenção da ordem (REINER, 2004). Logo, interessa à Polícia Federal

(PF) passar uma imagem de eficácia em ações de combate à criminalidade organizada, imagem que pode ser transmitida nas mídias sociais com publicações constantes sobre suas operações. No caso da PF, essa oposição ainda comporta especificidades, visto que os “policidados”, nos casos de corrupção, usualmente são agentes do alto escalão do governo ou grandes empresários no país, de forma que o apoio da população às atividades policiais é ainda mais importante.

Ao tratar de como a polícia é construída e imaginada, Loader e Mulcahy (2003, p. 39) afirmam que a polícia opera nas sociedades como um complexo de “poderes, práticas e tecnologias” com o objetivo de prevenir os crimes e manter a ordem. Isso quer dizer que além dos aspectos tradicionais do policiamento, a polícia também se constitui como uma instituição cultural e de performance, o qual produz e comunica os significados sobre a ordem, a autoridade, a moralidade etc. Através dessa voz e performance, a polícia é capaz de afirmar ou minar determinadas relações sociais, estando diretamente ligada à ideia de ordem social na comunidade (LOADER; MULCAHY, 2003, p. 39).

Sobre o significado social e apelo emocional do policiamento, Loader (1997) acrescenta apesar de as atividades policiais serem imbuídas de práticas burocráticas e profissionalizadas, ela também é dotada de estruturas sociais de crença e afeto. Assim como os trabalhos manuais realizados pela polícia transmitem mensagens de poder e autoridade, além do cumprimento das funções burocráticas, os símbolos utilizados pela polícia também não são meramente decorativos, pois possuem o condão de transmitir efeitos práticos de mobilização. Os títulos e símbolos são mobilizados para fins instrumentais, como os funerais de policiais de alta patente e os uniformes de polícia (LOADER; MULCAHY, 2003). Dessa maneira, as publicações de imagens com esses símbolos tradicionalmente relacionados à polícia nas mídias sociais, como algemas e distintivos, além de notas de pesar, possuem o mesmo intuito de reforço de legitimidade da instituição. Para Loader (1997), a polícia deve aproveitar esse sentimento que existe na população com a utilização desses símbolos, incentivando e promovendo ações que reforcem essa afinidade com a polícia (LOADER, 1997). A ideia de polícia relacionada com a ordem e a autoridade só é possível porque as pessoas acreditam que a força policial é capaz de promover a proteção da sociedade e está disposta a isso (LOADER; MULCAHY, 2003). No entanto, esse sentimento não é unívoco, porque pode representar aspectos diferentes para os diferentes grupos sociais, como medo, ansiedade, respeito e confiança (LOADER, 1997).

A noção de “*structures of feeling*” é apresentada por Loader (1997, p. 3) para demonstrar como a polícia ocupa posição central na produção e reprodução da segurança e ordem. No entanto, sua posição central não se deve apenas pela condição objetiva de controle

do crime ou das políticas bem-sucedidas de segurança, mas é dotada de uma crença maior, quiçá “fantasiosa” de que a polícia pode e deve conter o crime, sendo a principal solução para a criminalidade (LOADER, 1997). Esse apelo emocional possui uma natureza dúplice para a polícia: se por um lado ela mantém um apoio constante as suas atividades, por outro, há uma expectativa por parte da sociedade que, muitas vezes, ela não consegue atender com satisfação, nem tampouco repassar uma imagem realista do órgão. Assim, a polícia teria também um caráter afetivo, em que há um envolvimento emocional da população, razão pela qual Loader (1997) afirma que a polícia tem esse poder simbólico, remetendo aos conceitos de Bourdieu. No Brasil, especialmente com relação à PF, há uma expectativa por parte da população com relação ao combate à corrupção pública, de forma que há um envolvimento emocional com a pauta.

Loader (1997) chama a atenção para o poder simbólico da polícia, ressaltando que ela continua sendo a voz proeminente para a opinião pública e na cultura popular sobre questões relacionadas à criminalidade. Além de a polícia continuar sendo o principal locutor sobre os casos de crimes relatados, tanto nos jornais e revistas, como nos filmes, a forma ostensiva no policiamento continua predominante nas políticas de segurança. Para Reiner (2004), mesmo com o esvaziamento do Estado ao longo dos anos, a polícia ainda permanece como uma força política poderosa¹¹. O poder simbólico da polícia se traduz no poder de pronunciamento legítimo sobre os diversos aspectos que envolvem a segurança. Esse pronunciamento legítimo não é imune a contestações, mas sua própria posição em fazer esse pronunciamento não é contestada (LOADER, 1997). Loader (1997) destaca, ainda, o caráter dúplice, ou interdependente desse poder simbólico da polícia. Ele não é decorrente apenas da construção ativa do consentimento público, ou do esforço da polícia em aumentar sua legitimidade, e sim como algo decorrente dessa legitimidade já existente de lugar de destaque na fala sobre segurança pública. Nesse sentido, como a polícia já detém legitimidade para falar sobre crimes, em virtude da legitimidade oriunda do próprio Estado, seu poder simbólico aumenta quando ela exerce essa prerrogativa. Além disso, esse poder simbólico não é estático no tempo e no espaço, podendo se alterar conforme os diferentes atores do campo da segurança se mobilizam. O que Loader (1997) chama de “voz” policial e como ela é produzida e circulada nos diversos meios sociais é muito importante para compreender seu poder simbólico. Remetendo a presente pesquisa, a análise de mídias sociais da PF possibilita apreender a construção dessa “voz” pela própria instituição.

¹¹Reiner (2004) faz uma analogia das polícias com as panelas antiaderentes, que sobreviveram aos escândalos e controvérsias.

Esse poder simbólico, no entanto, não assume uma posição estática nas polícias, podendo variar no tempo e no espaço, dependendo também das relações de competição entre os atores. A imagem da polícia distingue-se nos diferentes espaços e classes econômicas, de forma que sua atuação tende a ser mais forte e presente entre as classes economicamente marginais. (REINER, 2004). Diferente do que ocorre no Brasil, Loader e Mulcahy (2003) destacam que na Inglaterra a polícia é considerada também como um ícone turístico, um símbolo nacional, parte integrante da cultura britânica, pois em praticamente todas as lojas de presentes é possível encontrar itens com elementos policiais. No Brasil, além da imagem da polícia estar longe de constituir um ícone turístico, essas diferenças são ainda mais acentuadas, em razão da intensa desigualdade social, de forma que a imagem e atuação policial são totalmente diferentes entre as classes mais baixas e as classes mais altas. Frequentemente são divulgadas notícias de conflitos entre policiais e moradores nas favelas¹², evidenciando a gravidade dessa discrepância.

Quanto a esse ponto, a PF possui uma dupla especificidade com relação às outras polícias. Por um lado, a PF não investiga crimes comuns, como furtos e homicídios que não estejam relacionados a crimes federais, sendo menos suscetíveis as críticas que, costumeiramente, a polícia ostensiva enfrenta com relação à sua atuação. Por outro lado, o menor contato com as comunidades locais gera menos proximidade e empatia com a corporação, de forma que a PF necessita reforçar essa identificação da população por outros meios, como por meio da utilização de mídias sociais.

Reiner (2004) assevera que por volta dos anos de 1950, na Inglaterra, a polícia pública gozava de alto grau de aprovação, sendo considerada quase uma celebridade. Após a década de 1960 a sociedade britânica passou por uma reconfiguração de valores, na qual a polícia deixou de ocupar um lugar intocável nos valores tradicionais (como os professores, os médicos e os padres) e surgiu um processo de insubordinação, com o declínio dos padrões tradicionais inquestionáveis de autoridade, processo que foi intensificado nos anos de 1980. Associado a outras mudanças mais sutis, como na educação e na cultura de massa, formou-se uma cultura mais fragmentada, desprovida de “vozes socialmente autorizadas” (LOADER; MULCAHY, 2003; REINER, 2004). As diversas demandas que surgiram após a década de 1960, com a pluralização de pautas na sociedade, envolvendo questões de gênero, étnicas e de sexualidade, por exemplo, culminaram em uma pressão sobre a polícia para atender a essa diversidade de

¹² No recente escândalo de arbitrariedade policial no Brasil, nove jovens morreram pisoteados após uma ação policial na favela do Paraisópolis. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/12/01/politica/1575231183_154631.html. Acessado em: 02 dez 2019.

reivindicações. De acordo com Loader e Mulcahy (2003), isso dificultou a manutenção da ideia de que a polícia está apenas respondendo às demandas públicas, e aumentou a possibilidade de conflito e questionamentos sobre a sua legitimidade.

A proliferação da comunicação de massa, colocada por Loader e Mulcahy (2003), é como um dos fatores mais significativos das transformações que ocorreram após o final da Segunda Guerra Mundial. A expansão e a diversificação do rádio, a consolidação dos jornais e o surgimento da internet, por exemplo, transformaram a mídia de massa em uma “proeminente e poderosa força social” na modernidade (LOADER e MULCAHY, 2003, p. 16). A difusão massiva de informações e imagens sobre a polícia é um dos seus principais efeitos, e contribui para as alterações das relações entre o policiamento e as comunidades locais. Sobre o poder simbólico da polícia, Loader e Mulcahy (2003) ressaltam que os programas policiais atraem milhões de visualizações, o que nenhum outro órgão estatal é capaz de mobilizar. Com essas mudanças, a percepção das pessoas sobre a polícia passou a ser mais mediada por conversas locais, fofocas e meios de comunicação do que propriamente derivada de uma experiência pessoal, de forma que o policiamento se tornou uma forma cultural altamente mediada (LOADER; MULCAHY, 2003). Essa mediação intensa alimentou o imaginário popular sobre o policiamento, dificultando a aceitação pelas pessoas dos problemas reais que ocorrem no policiamento. Além disso, essa visibilidade mediada aumentou a exposição sobre a polícia, a qual como reação tende a se adaptar e a utilizar a mídia para promover sua própria imagem.

Na pesquisa realizada por Dupont (2005), os sindicatos e a mídia aparecem como atores constantemente presentes nesse campo de disputas entre os atores, resultando em mudanças significativas na governança da segurança nos últimos anos. Nesse sentido, o autor constata que os policiais precisam “alimentar” constantemente a mídia com informações para reforçar seu posicionamento, ainda que acreditem que as informações não são tratadas da forma correta nas notícias, ou que a mídia fomente demandas irrealistas pelo público. Além disso, outro problema encontrado pelos policiais é a impossibilidade de controle da mídia, ou da forma de recepção da notícia pelo público, ainda que essa imprevisibilidade seja inevitável (DUPONT, 2005).

Com as mídias sociais, essa intermediação pode ser neutralizada e parte da informação volta a ser controlada pela própria instituição, que possui o domínio sobre a autoimagem que quer transmitir nas redes. O surgimento das redes sociais digitais e sua emergência como importante meio de comunicação, nos últimos anos, abriu novas possibilidades de legitimação das polícias em um canal direto com a população. As mídias sociais podem se constituir tanto como um novo campo para disputas, na acepção de Bourdieu, visto que seus usuários também

se encontram em constantes lutas pelo poder simbólico, como podem se constituir como instrumento para reforçar os capitais dos agentes fora das redes, transmitindo os símbolos valorizados pela instituição. Essa possibilidade de comunicação direta não foi abordada pelos autores apresentados, principalmente por se tratar de uma dinâmica relativamente recente. No entanto, a mudança nos padrões de comunicação é fundamental para compreender a construção da imagem pelas instituições policiais atual, especialmente no que tange à PF.

Uma pesquisa realizada sobre a utilização do *Twitter* pela polícia de Toronto, no Canadá, evidenciou que as instituições policiais estão cada vez mais presentes nas mídias sociais, ainda que sejam raros os estudos que abordem esse fenômeno (SCHNEIDER, 2016). Não obstante, é cada vez maior a expectativa da população sobre a presença on-line das instituições policiais (SCHNEIDER, 2016). Verificou-se, ainda, a necessidade de utilização de estratégias diferentes das empregadas nos meios de comunicação tradicionais. Além das informações sobre crimes e atividades profissionalizantes da instituição, os *tweets* (publicação realizada no *Twitter*) das contas oficiais englobavam assuntos como esportes, conteúdos de humor e informações sobre as atividades dos policiais durante o seu período de folga, como atividades familiares e de lazer. Essas publicações possuíam o intuito de amenizar a tradicional relação autoritária da polícia e transmitir a imagem do policial como uma pessoa “comum”. A pesquisa demonstra que o perfil da construção da legitimidade das instituições policiais enfrenta a necessidade de adaptação, frente aos novos meios de comunicação e anseios do público sobre a comunicação policial (SCHNEIDER, 2016).

Por conseguinte, como o alvo das investigações da PF geralmente são membros das classes altas, aumenta-se a necessidade de legitimação de suas atividades pela população. Considerando as especificidades da realidade brasileira em que há um anseio pelo combate aos crimes de corrupção, acredita-se que a PF utilize as mídias sociais para reforçar seu posicionamento e transmitir a mensagem de que é um órgão indispensável para a manutenção da ordem social. No entanto, é necessário verificar se as instituições policiais no Brasil e, especificamente a PF, o foco desta pesquisa, realmente utilizam as mídias sociais como estratégias de comunicação com o intuito de aumentar o seu poder simbólico. Este estudo pretende contribuir nessa perspectiva, averiguando quais estratégias são utilizadas pela PF em seus canais oficiais nas mídias sociais.

2 CAPÍTULO II - DE UMA POLÍCIA DISTRITAL AO COMBATE À CORRUPÇÃO NACIONAL

2.1 ESTUDOS POLICIAIS NO BRASIL: COMO A POLÍCIA FEDERAL E A MÍDIA SÃO TRATADOS

Os estudos sobre a polícia expandiram bastante nos últimos anos no Brasil, melhorando tanto em qualidade como em quantidade. Um levantamento feito em 2018 por Muniz, Caruso e Freitas (2018) constatou que os estudos sobre a polícia começaram a ganhar destaque a partir de 1990, quando o tema passou a ter *status* de “problemática sociológica”, de forma que variadas temáticas envolvendo as instituições policiais passaram a integrar a agenda de pesquisa das ciências sociais (MUNIZ; CARUSO; FREITAS, 2018, p. 156). Os autores destacam três grandes eixos em que, atualmente, se aglutinam os estudos sobre as polícias nas ciências sociais: violência e crime; polícia e ordem pública; e políticas públicas de segurança e justiça. Além disso, os estudos encontrados foram categorizados em 37 temas principais, dentre eles: cultura organizacional e saberes e praças policiais, desvios de conduta, reforma das polícias, formas de controle da ação policiais, policiamentos privados etc. (MUNIZ; CARUSO; FREITAS, 2018). Ainda que diversos dos estudos abordem a Polícia Federal (PF) lateralmente, ela não constituiu uma categoria própria nos trabalhos levantados, mesmo que a categorização seja também uma escolha das autoras, evidenciando a escassez de estudos sobre o tema.

Alguns estudos almejavam mensurar a relação entre as instituições policiais e a mídia. No entanto, nenhum deles abordou a construção da legitimidade policial nas mídias sociais, seja porque o fenômeno é recente, seja porque a agenda de pesquisa não priorizava esse aspecto até pouco tempo. Sobre o caráter midiático da instituição, um estudo publicado em 2009, que analisou a imagem do policial na mídia escrita em quatro capitais brasileiras (NJAINÉ et al., 2009), constatou a importância da PF nas reportagens, que aparecem em 3º lugar dentre os policiais relatados nas matérias, atrás apenas das polícias Militar e Civil. Além disso, as autoras constataram a preponderância de atributos positivos da PF nas reportagens analisadas, o que tende a não ocorrer com as demais corporações policiais. Dentre as reportagens analisadas que versavam sobre a PF, cerca de 77% destacaram atributos positivos da corporação, enquanto apenas de 23% destacaram seus aspectos negativos, conforme mostra a tabela a seguir:

Tabela 1 - Atributos positivos e negativos segundo a corporação - 2009

Policial	Positivo*		Negativo*	
	N	%	N	%
Polícia Militar	48	46,6	98	61,6
Polícia Civil	31	30,1	42	26,4
Guarda Municipal	4	3,9	5	3,1
Polícia Federal	17	16,5	5	3,1
Polícia Técnica	2	1,9	4	2,5
Polícia Rodoviária	1	1,0	5	3,1

* Há notícias que falam sobre mais de uma polícia.

Fonte: Imagem do policial na mídia escrita, 2009.

Um dos estudos mais específicos sobre o tema é a análise feita por Veiga (2009), na área de comunicação, que traçou a forma de representação da PF na imprensa. Veiga (2009) destaca que o tema do combate à corrupção está presente em grande parte das notícias sobre a PF, salientando ainda que na página eletrônica da PF consta um *link* para a assessoria de imprensa do órgão, bem como matérias divulgadas na grande mídia e vídeos institucionais, ressaltando que “a preocupação com a imagem da PF está sempre presente” (VEIGA, 2009, p. 120). No entanto, o enfoque da autora foi na representação da PF pelos meios de comunicação, não abarcando a própria atividade de agência da PF na construção dessa representação.

O relatório “Mídia e Violência: O que mudou em uma década?”, coordenado por Silvia Ramos e Anabela Paiva em 2017, trouxe importantes informações sobre a relação da mídia com a atividade policial no Brasil nos últimos anos. O estudo analisou 1.778 textos veiculados por sete jornais de grande publicação no Rio de Janeiro, São Paulo e Ceará, ao longo de 35 dias entre maio e setembro de 2015, e visava observar as tendências da cobertura jornalística sobre violência e segurança pública, através de uma análise quantitativa. Em parte de suas conclusões, o relatório aponta que, em comparação a outra pesquisa idêntica coordenada pelas autoras em 2004, houve uma redução das notícias sobre violência, ainda que “crime” e “polícia” ainda representam a maior parte do foco da cobertura jornalística sobre segurança (mais de 50%), sendo a atuação policial o tema predominante. Segundo Ramos e Paiva (2017, p. 16), as polícias ainda são as “estrelas dos noticiários”, tratando-se do principal tema discutido em 34,1%.

Além disso, a Polícia Militar é a principal força de segurança presente nas notícias, ficando a PF em 4º lugar. As coordenadoras da pesquisa ressaltam que a PF não aparece com maior frequência porque as notícias sobre corrupção, um dos principais alvos da PF, não foram abarcadas pelo *corpus* da pesquisa, mas apenas os “crimes comuns” (RAMOS; PAIVA, 2017). A polícia aparece ainda como principal fonte ouvida nas matérias, presente em 23,3% das reportagens analisadas em que foi possível identificar as fontes, ainda que sua presença tenha

diminuído em comparação à pesquisa realizada em 2005.

No entanto, a despeito dos numerosos estudos sobre violência e criminalidade, bem como os diversos trabalhos sobre as polícias militar e civil no país, os estudos sobre a PF ainda são escassos na academia (FAGUNDES; PILAU, 2019). Para Fagundes e Pilau (2019), um dos possíveis motivos para a diminuta quantidade de trabalhos sobre a PF seria que a instituição não se enquadra nos principais debates trazidos pelos pesquisadores no que tange às outras polícias, estudos estes que se mostraram crescentes e numerosos nos últimos anos. Assim, ainda que a PF conste dentre as organizações policiais conforme estabelecido na constituição, ela não integrou os debates acadêmicos sobre violência, redemocratização, estrutura interna da polícia, ou segurança ocupacional, gênero, raça etc. Dessa forma, ainda que a PF tenha grande importância no país, principalmente nos últimos anos, a instituição não compôs os principais eixos acadêmicos nas ciências sociais sobre estudos policiais nas últimas décadas. Os poucos estudos sobre a PF surgiram nos últimos quinze anos (2004 a 2019), evidenciando o recente interesse acadêmico pela instituição (FAGUNDES; PILAU, 2019).

Os crescentes debates sobre corrupção no país colocaram a Polícia Federal em evidência, possibilitando o aumento de estudos sobre o órgão após 2010. Para Fagundes e Pilau (2019), a agenda política do país, envolvendo os escândalos de corrupção, proporcionou maiores estudos sobre a PF, uma das principais protagonistas das megaoperações de combate à corrupção (FAGUNDES e PILAU, 2019). No entanto, nenhum trabalho levantado pelos autores abarcou a construção de legitimidade da PF nas mídias sociais. Além disso, os autores elencam uma possível agenda de pesquisa com diversos temas concernentes à PF a serem mais bem explorados pelos pesquisadores, dentre eles a construção da imagem pela PF, evidenciando que se trata de um campo ainda nebuloso e emergente nas ciências sociais.

Dessa forma, evidencia-se uma lacuna na bibliografia no que concerne aos estudos que analisam tanto a estrutura atual da PF e suas atividades, como os aspectos do destaque que a instituição tem recebido nos últimos anos. Este trabalho visa contribuir para a elucidação do tema e construção de uma agenda de pesquisa que englobe as novas perspectivas da PF.

2.2 HISTÓRICO INSTITUCIONAL DA POLÍCIA FEDERAL

A Polícia Federal (PF) no Brasil possui um histórico relativamente recente como instituição, e é ainda mais atual se considerar a abrangência nacional de suas atuações e fortalecimento institucional (ARANTES, 2011b, 2019). A origem da PF com a criação do

Departamento Federal de Segurança Pública (DFSP) ocorreu em 1944, subordinada ao Ministro da Justiça e Negócios Interiores, conforme informações do próprio site da PF. O DFSP já era responsável pelos serviços de polícia marítima, aérea e segurança de fronteiras, contudo, suas demais atribuições de polícia e segurança pública eram limitadas ao Distrito Federal.

Em 1946, com o Decreto-Lei nº 9.353, o DFSP adquiriu competência nacional também para apurar algumas infrações penais, referentes ao trânsito de estrangeiros no Brasil, crimes relacionados ao comércio clandestino e entorpecentes; crimes contra personalidade internacional, a estrutura e a segurança do Estado, a ordem social e a organização do trabalho; e quando o interessado fosse a Fazenda Pública. No entanto, no mesmo decreto, em 1946, suas competências relativas aos serviços de polícia marítima, aérea e de fronteiras foram restringidas, com maior autonomia dos Estados nesta esfera. Nesse contexto de Guerra Fria, Rocha (2004) destaca que a principal questão, naquele momento, era a segurança nacional, bem como a ideia de afrontamento tanto dos inimigos externos, quanto dos inimigos internos, dois alvos que para as políticas de segurança se confundiam por questões ideológicas. Assim, no Brasil a principal mira das investigações da DFSP era o Partido Comunista do Brasil, em virtude do próprio contexto político nacional e estrangeiro (ROCHA, 2004). Com a mudança da capital do Brasil para Brasília em 1960, o DFSP também migrou de cidade, mas funcionou com estrutura precária em virtude da reorganização interna dos órgãos do Estado. Além disso, parte da divisão permaneceu na antiga capital provisoriamente, motivando uma ausência de funcionários na nova sede, visto que muitos deles puderam optar por continuar no local de origem (ARANTES, 2011a, 2011b; ROCHA, 2004).

Apenas em 1964, com o início da ditadura militar no Brasil, o órgão passou efetivamente a ser considerado uma polícia da União com atuação em todo o território nacional, ganhando novas atribuições com a Lei 4.483/64, alíneas “a” a “p” do Art. 1^o¹³, e ampliando

¹³ Art. 1o. Ao Departamento Federal de Segurança Pública - DFSP, com sede no Distrito Federal, diretamente subordinado ao Ministério da Justiça e Negócios Interiores, dirigido por um Diretor-Geral, nomeado em comissão e da livre escolha do Presidente da República, compete em todo território nacional:

- a) a superintendência dos serviços de polícia marítima, aérea e de fronteira;
- b) a fiscalização nas fronteiras terrestres e na orla marítima;
- c) a apuração, com a cooperação dos órgãos competentes do Ministério da Fazenda e em colaboração com as autoridades dos Estados, dos ilícitos penais praticados em detrimentos de bens, serviços ou interesses da União;
- d) a apuração, em colaboração com as autoridades dos Estados, dos crimes que, por sua natureza, características ou amplitude, transcendam o âmbito de uma unidade federada ou que, em virtude de tratados ou convenções internacionais, o Brasil se obrigou a reprimir;
- e) a investigação e apuração, em colaboração com as autoridades dos Estados, de crimes praticados contra agentes federais, no exercício de suas funções;
- f) a censura de diversões públicas, em especial, a referente a filmes cinematográficos, quando transponham o âmbito de um Estado;

novamente suas competências com relação aos serviços de polícia marítima, aérea e de fronteira. Além disso, o DFSP adquiriu também competências que se alinhavam aos intuídos do governo ditatorial, incluindo a censura de diversões públicas, como dos filmes cinematográficos. No entanto, a repressão da PF nesse período era secundária se considerado todo o aparato jurídico do governo militar para tanto, restringindo-se aos jornais e meio artístico, enquanto a repressão rotineira e massiva era realizada por outros órgãos, como os Destacamentos de Operações de Informações (DOISs) (ARANTES, 2011a, 2011b; ROCHA, 2004). Ainda que a ditadura tenha conduzido uma federalização do policiamento, não foi o DFSP o principal órgão utilizado pelo governo para seus fins repressivos e de controle (ROCHA, 2004). Nas palavras de Rocha (2004, p. 91) sobre o período, “não que a PF não operasse, mas operava pouco e não era protagonista”. A Constituição de 1967 manteve a competência da União para organizar a manter a PF, ratificando também parte de suas atribuições no texto legal que passaram a adquirir status constitucional. Pouco tempo depois, com o Decreto-Lei nº 200/67, o órgão passou a ser denominado de Departamento de PF. Rocha (2004) destaca que no final da década de 1970, a PF já tinha uma atuação importante contra o tráfico de entorpecentes, realizando, inclusive, operações internacionais.

Para Arantes (2011a, 2011b), o processo de redemocratização do Brasil após a CF/88 deixou a PF em um papel ambíguo, menos negativa que os demais órgãos de controle e repressão em virtude do seu papel secundário, mas, também, pouco estruturada institucionalmente. No entanto, o papel político da PF não foi suprimido com a nova constituição, pelo contrário, se alterou. Nas palavras de Rocha (2004, p. 100) sobre o papel da PF no período de redemocratização, “se a ênfase não é mais a polícia política *stricto sensu*, passa a ser a utilização para políticas de governo da política de segurança do Estado e também com funções jurídicas”. Para Rocha (2004), essa atividade política decorre das novas

g) a execução, em colaboração com as autoridades dos Estados, de medidas tendentes a assegurar a incolumidade física do Presidente da República, de diplomatas e visitantes oficiais estrangeiros, bem como dos demais representantes dos Poderes da República, quando em missão oficial;

h) a coordenação e a interligação, no país, dos serviços de identificação dactiloscópica, civil e criminal;

i) a formação, o treinamento e a especialização profissional de seu pessoal e, quando solicitado, de integrantes das Polícias dos Estados, Distritos Federal e Territórios;

j) a prestação de assistência técnica e científica, de natureza policial, aos Estados, Distrito Federal e Territórios, quando solicitada;

l) a cooperação, no país, com os serviços policiais relacionados com a criminalidade internacional ou interestadual;

m) a supervisão e a colaboração no policiamento das rodovias federais;

n) a execução de outros serviços de policiamento atribuídos à União, de conformidade com a legislação em vigor;

o) a apuração dos crimes nas condições previstas no art. 5o. do Código Penal, quando solicitado pelas autoridades estaduais ou ocorrer interesse da União; por determinação do Ministro de Estado da Justiça;

p) a apuração dos crimes contra a vida ou contra comunidades silvícolas no país, em colaboração com o Serviço de Proteção aos Índios.

necessidades que o grande posicionamento da mídia de denúncia na política ocasionou, após a redemocratização, em que os fatos jornalísticos relatados se tornam fatos políticos com impacto no governo.

A atual denominação, Polícia Federal, decorre da promulgação da Constituição de 1988, com a delimitação de suas competências no Artigo 144¹⁴. Dois elementos na nova constituição foram importantes para a consolidação da PF nos últimos anos, segundo Arantes (2011a, 2011b, 2019): o *status* de órgão permanente, não podendo ser dissolvida pelo executivo; e a estruturação de carreira, com regramentos para a ascensão de cargos e faixas salariais. A PF, ainda que vinculada ao poder executivo, tem o dever de “apurar infrações penais contra a ordem política e social ou em detrimento de bens, serviços e interesses da União ou de suas entidades autárquicas e empresas públicas” (Art.144, CF/88), de forma que sua atividade está intrinsecamente vinculada à apuração dos crimes de corrupção na qual os agentes dos poderes estejam envolvidos.

Com a nova constituição de 1988, a PF se consolida institucionalmente como “polícia investigativa e órgão do governo da União subordinado ao Ministério da Justiça, cujas atribuições são de polícia Judiciária, de segurança de Estado e inteligência policial” (COSTA; MACHADO; ZACKSESKI, 2016a, p. 102). Recentemente, o Ministério da Justiça sofreu

¹⁴ Art. 144. A segurança pública, dever do Estado, direito e responsabilidade de todos, é exercida para a preservação da ordem pública e da incolumidade das pessoas e do patrimônio, através dos seguintes órgãos:

- I - polícia federal;
- II - polícia rodoviária federal;
- III - polícia ferroviária federal;
- IV - polícias civis;
- V - polícias militares e corpos de bombeiros militares.

§ 1º A polícia federal, instituída por lei como órgão permanente, estruturado em carreira, destina-se a:

I - apurar infrações penais contra a ordem política e social ou em detrimento de bens, serviços e interesses da União ou de suas entidades autárquicas e empresas públicas, assim como outras infrações cuja prática tenha repercussão interestadual ou internacional e exija repressão uniforme, segundo se dispuser em lei;

II - prevenir e reprimir o tráfico ilícito de entorpecentes e drogas afins, o contrabando e o descaminho, sem prejuízo da ação fazendária e de outros órgãos públicos nas respectivas áreas de competência;

III - exercer as funções de polícia marítima, aérea e de fronteiras;

IV - exercer, com exclusividade, as funções de polícia judiciária da União.

§ 2º A polícia rodoviária federal, órgão permanente, estruturado em carreira, destina-se, na forma da lei, ao patrulhamento ostensivo das rodovias federais.

§ 3º A polícia ferroviária federal, órgão permanente, estruturado em carreira, destina-se, na forma da lei, ao patrulhamento ostensivo das ferrovias federais.

§ 4º Às polícias civis, dirigidas por delegados de polícia de carreira, incumbem, ressalvada a competência da União, as funções de polícia judiciária e a apuração de infrações penais, exceto as militares.

§ 5º Às polícias militares cabem a polícia ostensiva e a preservação da ordem pública; aos corpos de bombeiros militares, além das atribuições definidas em lei, incumbe a execução de atividades de defesa civil.

§ 6º As polícias militares e corpos de bombeiros militares, forças auxiliares e reserva do Exército, subordinam-se, juntamente com as polícias civis, aos Governadores dos Estados, do Distrito Federal e dos Territórios.

§ 7º A lei disciplinará a organização e o funcionamento dos órgãos responsáveis pela segurança pública, de maneira a garantir a eficiência de suas atividades.

§ 8º Os Municípios poderão constituir guardas municipais destinadas à proteção de seus bens, serviços e instalações, conforme dispuser a lei.

alterações com a fusão em sua estrutura, passando a ser denominado, a partir de 2019, como Ministério da Justiça e Segurança Pública¹⁵. No entanto, os fatores relacionados à ascensão da capacidade da PF, nos últimos anos, e o aumento do seu protagonismo no cenário político não se restringem às novas atribuições constitucionais do órgão. Em seguida serão apontados os principais estudos sobre a instituição, bem como os fatores que contribuíram para o atual posicionamento institucional da PF.

2.3 LITERATURA SOBRE A POLÍCIA FEDERAL E PRINCIPAIS DESAFIOS DA INSTITUIÇÃO

Importantes estudos foram realizados sobre a Polícia Federal (PF) nos últimos anos, ainda que sejam escassos se comparados aos demais temas de estudos policiais e de instituições nas Ciências Sociais. Um recente levantamento dos estudos sobre a PF nas Ciências Sociais no Brasil realizado por Fagundes e Pilau, em 2019, abarcou a produção sobre a PF no período de 2004 (quando o primeiro trabalho de relevância foi publicado) até 2019, compondo um banco de dados com 16 trabalhos. Os estudos foram elencados pelos autores em quatro categorias principais: estrutura e prática da PF; agentes e condições de trabalho na PF; construção corporativa da PF; e a relação da PF com outros órgãos. Além disso, metade da produção analisada pelos autores possui relação com as atividades da PF no combate à corrupção, razão pela qual os autores indicam a emergência do interesse pelas redes de *accountability* como fator que impulsionou os trabalhos sobre a PF, principalmente após os anos 2000 (FAGUNDES; PILAU, 2019, p. 10). Os autores indicam, ainda, juntamente com outras possibilidades de agenda de pesquisa, a construção da imagem pela PF como um dos temas de destaque para futuras pesquisas sobre a instituição, aspecto que este trabalho pretende contribuir (FAGUNDES; PILAU, 2019).

Arantes (2011a), um dos principais autores a estudar a atuação das instituições no combate à corrupção no Brasil, destaca que reconstrução e fortalecimento institucional da PF ocorreram no contexto em que o combate à corrupção sofreu de três deslocamentos: da esfera cível para a esfera criminal; da esfera estadual para a esfera federal; “da desarticulação a um maior adensamento das relações no interior da *web of accountability institutions*, resultando em aumento relativo da eficácia de suas ações” (ARANTES, 2011a, p. 99). Para Arantes (2011a), esses deslocamentos possuem dupla natureza, tanto institucional, na medida em que foi propiciada maior efetividade nas esferas federal e criminal, como organizacional, visto que a

¹⁵ Ver Decreto nº 9.662, de 1º de janeiro de 2019 e Lei nº 13.844, de 18 de junho de 2019.

eficácia da instituição depende também de maior organização e esforço interno para este objetivo de reforço institucional. Os três deslocamentos apontados por Arantes (2011a) foram cruciais para que a PF ocupasse o atual lugar de destaque na política brasileira, ratificando seu posicionamento com instituição empenhada no combate à corrupção organizada.

Nesse sentido, quanto ao primeiro aspecto, Arantes destaca (2011a) que o deslocamento da esfera cível para a criminal ocorreu em um cenário de constatação da baixa eficácia das medidas cíveis de combate à corrupção, em virtude das próprias garantias processuais e regramentos que possibilitam infundáveis recursos por parte dos advogados de defesa. Inicialmente, a aposta dos órgãos de combate à corrupção foi na esfera cível, com a qualificação do ato de corrupção como improbidade administrativa pela CF/88, que poderia ser julgado em qualquer instância judicial, mas não é tipificado como crime, supostamente, garantindo maior celeridade e eficiência aos processos. No entanto, a complexidade do judiciário brasileiro ocasionou a diminuição dos resultados desses procedimentos, com poucas condenações definitivas e aumentando a sensação de impunidade. Assim, a estratégia foi deslocada, novamente, para a esfera criminal, com participação ativa da PF nos procedimentos investigatórios (ARANTES, 2011a). Ainda que o deslocamento para a esfera criminal não exima dos problemas da complexidade do judiciário, Arantes (2011a) destaca que as medidas de investigação como escutas telefônicas, mandados de busca e apreensão e prisões preventivas, especificamente quando essas medidas são divulgadas pela imprensa, promovem uma condenação antecipada pela opinião pública, diminuindo a sensação de impunidade. Essas medidas também são mais efetivas na obtenção de evidências dos crimes, impondo custos antecipados aos envolvidos, como a prisão temporária (ARANTES, 2011b)

No que tange ao segundo aspecto, observa-se que o combate à corrupção, que antes se restringia precipuamente à esfera estadual, em virtude da atuação das polícias e promotorias estaduais, adquiriu maior relevância na esfera federal com ações articuladas nos estados, em que a PF angariou também maior destaque. Ressalte-se que esse movimento ocorreu paralelamente ao fortalecimento da instituição, em uma dinâmica de interdependência. Na medida em que a PF recebia mais recursos para aumentar sua capacidade técnica, intensificavam também as suas atividades e operações contra a corrupção, resultando em maior notoriedade frente aos demais poderes públicos (ARANTES, 2011a). O aumento latente do número de operações coincide com o aumento dos recursos destinados pelo governo federal à instituição, em estreita correlação com a federalização do combate à corrupção.

Por fim, o terceiro deslocamento, abordado por Arantes (2011a), se relaciona à maior integração da PF com outros órgãos de controle, em maior cooperação do que conflito, apesar

de o conflito entre elas não cessar totalmente. No Brasil, as instituições se desenvolveram com maior autonomia para suas atribuições individuais do que propriamente como pertencentes a um sistema integrado para a realização de processos e atividades conjuntas, de forma que, quando essa integração entre instituições ocorre, se deve ao “voluntarismo de seus integrantes” (ARANTES, 2011a, p. 103). Arantes (2011a, 2011b) ressalta o caráter triangular envolvendo os atores no combate à corrupção: o judiciário que julga e emite autorizações para atos de investigação, como busca e apreensão e quebra de sigilo; o Ministério Público que provoca o judiciário; e a PF que realiza a investigação, de forma que esses três atores agem de forma interdependente no combate à corrupção, ainda que sejam autônomos. Costa, Machado e Zackseski (2016a) destacam que, no caso brasileiro, houve uma aproximação das instituições vinculadas ao sistema político (como a PF que integra o poder executivo) com as instituições regulares do sistema jurídico, como o Ministério Público e Defensoria. Para os autores, as interações sociais ganham destaque nos processos decisórios das organizações, principalmente no que diz respeito à política pública de segurança que envolve “complexa e contínua interação”, dentro e fora dos governos (COSTA; MACHADO; ZACKSESKI, 2016a, p. 30). Nesse sentido, Arantes (2011a) ressalta que a maioria das operações realizadas nos últimos anos, e tiveram grande crescimento numérico, constituem execuções de mandados de prisão ou de busca e apreensão no âmbito de investigações em andamento, muitas vezes compostas por diversas outras instituições conjuntamente, como Ministério Público, Receita Federal, Ministério da Previdência Social, dentre outros. Isso demonstra a maior articulação da PF com outras instituições para atingir seus objetivos de aumento da eficácia no combate à corrupção (ARANTES, 2011a, 2011b).

Partindo da ótica do pluralismo estatal, Arantes (2019) destaca, também, que tem aumentado significativamente o protagonismo dos atores do sistema de justiça no combate à corrupção, principalmente da PF, Ministério Público e Defensoria Pública. Para Arantes (2019), a “linguagem do *accountability*” e do acesso à justiça, ao lado da “linguagem dos direitos” fortalecida com a redemocratização, foi o caminho encontrado para a afirmação institucional por esses órgãos. Essa judicialização da política pelos órgãos estatais está relacionada a objetivos internos de afirmação institucional, e não a objetivos externos, como o fortalecimento da democracia e a promoção da justiça. Sobre a questão, Arantes (2019) classifica o empenho dos atores estatais como “ativismo político estatal” ou “ativismo político de atores estatais”, pois agem politicamente para empreender seus próprios objetivos. Esse ativismo não se confunde com o chamado ativismo judicial, porquanto não se limita à interferência no resultado das suas ações, nem com o ativismo institucional, visto que não se restringe aos atores sociais

das instituições (ARANTES, 2019, p. 103). No entanto, o autor alerta para a deterioração do sistema punitivo, em virtude das práticas que esses atores estatais têm lançado mão na busca em atingir seus objetivos, bem como a judicialização dos temas e decisões de políticas públicas. Para Arantes (2019), a ambição desses atores estatais para se promoverem, com discursos de defesa de direitos e de fiscalização de agentes estatais, não resulta, necessariamente, em um sistema de controle coerente, mas na pluralização de órgãos dentro do Estado. Por conseguinte, as mídias sociais podem constituir um canal para fortalecimento dessa linguagem institucional, reforçando esse ativismo político estatal apresentado por Arantes (2019).

Ainda com base em Arantes (2019), o encaixe encontrado pela PF para o fortalecimento institucional, no contexto de um movimento mais amplo de fortalecimento das instituições de controle da administração pública, foi a proposta de recuperação da qualidade da prova nas investigações criminais. Nas palavras do autor, “o caso da PF revela a decisão de uma corporação de sair da alçada do Executivo para fixar seu ponto de junção no sistema de justiça” (ARANTES, 2019, p. 116). Essa decisão, embora não impossibilite a interferência política no órgão, diminui a partidarização e aumenta a sua autonomia perante outras instituições de Estado. A fim de ampliar seu espaço no “encaixe” institucional, os atores estatais buscam potencializar e estender suas competências, como o engajamento pela PF em outras tarefas, além do combate à corrupção (ARANTES, 2019). Assim, uma hipótese desta pesquisa é a de as redes sociais serem utilizadas para divulgar essas outras atividades da PF, e não apenas as relacionadas à corrupção.

Além disso, Costa, Machado e Zackseski (2016a) destacam o caráter altamente seletivo da investigação criminal, principal atividade da PF. Os casos a serem investigados são selecionados de acordo com as necessidades de administração dos delegados e agentes de polícia, que podem envolver tanto demandas de opinião pública, como da administração interna face à quantidade de demanda. Assim, a atividade policial não pode ser tida como neutra. Ainda que o discurso da PF em pronunciamentos oficiais vise tratar do combate ao crime de modo apolítico, Rocha (2004) assevera que o papel político decorre da própria estrutura de atribuições da instituição, logo, como é responsável por investigações que envolvem atores do alto escalão da classe política, seus atos jurídicos de persecução penal frequentemente se tornam atos políticos. Nas palavras de Rocha:

Ao operar o controle de uma investigação com alvo pré-determinado por um longo período, cria-se uma situação relacional entre investigados e investigadores E, aumenta-se assim a probabilidade de negociar delações, informações, parcelas de apreensões de flagrantes em troca de imunidades

totais, parciais e reduções de sentença. Isto é, falando de uma forma genérica. Se, o caso transcende a média da rotina policial, como aliás são os casos geralmente investigados pela PF, a moeda de troca e o controle sobre os alvos passa a ser político. Assim, de um caso policial passa-se para um fato político (...), que pode ser explorado ou não tanto pela mídia, como pela oposição, mas geralmente o é, no caso da PF, pelo governo de turno na Presidência da República. Isto só comprova a contradição permanente entre a atribuição constitucional de fazer a segurança de Estado X polícia de governo, obedecendo aos mandatários eleitos a cada 4 anos (ROCHA, 2004, p. 45).

A baixa coesão interna da PF é apontada pelos autores como um dos desafios institucionais do órgão. Um dos elementos trazidos por Rocha (2004) que evidenciam essa baixa coesão são as tensões que ocorrem entre os delegados (em que se exige a formação superior em Direito) e as demais categorias da carreira policial dentro da instituição. Segundo o autor, os delegados que têm bom desempenho burocrático e articulação política são chamados pejorativamente de “maçanetas” pelos demais agentes. Essa conduta não constitui exceção e integra a rotina de disputas internas da instituição, segundo Rocha (2004). Do outro lado, estariam os agentes que conhecem a prática da rotina policial e que não, necessariamente, possuem formação de bacharel em Direito. Assim, a disputa entre “burocráticos” e “operacionais” pauta as relações internas na PF (ROCHA, 2004, p. 111). Os conflitos internos também foram apurados na pesquisa empírica realizada por Costa, Machado e Zackseski (2016b), em que os agentes pleiteavam uma estrutura com mais cargos profissionais e menos delegados, mais técnica e menos jurídico. Essa disputa também será indicada posteriormente por Arantes (2019), ainda que Rocha (2004, p. 118) afirmasse que internamente a PF estava “mais do que organizada”, considerando seu estudo em 2004. Apesar disso, constata-se que organização não implica obrigatoriamente em coesão interna.

Em um quadro comparativo da PF com o Ministério Público e a Defensoria Pública elaborado por Arantes (2019, p. 107), o autor categoriza a PF como uma instituição de baixa coesão interna, com a linguagem do combate à corrupção e ao crime organizado uma “Polícia de Estado”. Segundo o autor, a coesão interna da PF é baixa em virtude de sua própria estrutura interna de funcionários que favorece o conflito, composta por carreiras independentes e que confrontam entre si, como a dos Delegados de Polícia e dos agentes, atores que trilham carreiras diferentes, desde a formação inicial (ARANTES, 2019). Essa baixa coesão tem retardado o processo de afirmação institucional, ainda que a PF tenha se fortalecido institucionalmente nos últimos anos (ARANTES, 2019). Um dos exemplos trazidos por Arantes (2019) com relação à baixa coesão interna da instituição é a de que a PF ainda não dispõe de uma Lei orgânica após a CF/88 (a Lei Orgânica atual é a 4.878 de 1965), em virtude de conflitos internos entre as

diferentes carreiras do órgão. O outro caso que Arantes (2019) traz para ilustrar seu fundamento é a tramitação da Proposta de Emenda Constitucional nº 37, a qual pretendia limitar os poderes de investigação do MP, restringindo a atividade apenas às polícias federal e civil dos Estados e gerou grande mobilização da mídia e da sociedade. Apesar de, inicialmente, o conflito fosse entre órgãos estatais (MP e PF), internamente a PF também o enfrentou entre seus agentes que contribuíram para a rejeição da PEC no Congresso Nacional, pois os policiais federais também eram contrários à proposta e apoiaram o MP¹⁶ (ARANTES, 2019, 2013).

No entanto, ainda que emergentes pesquisas abordem a PF e as suas atividades de combate à corrupção, são escassos os estudos que versam sobre os esforços de construção da imagem institucional da PF perante a opinião pública, seu poder de agência nesse campo, principalmente relacionados à utilização de mídias pelo órgão, sejam as tradicionais, sejam as novas mídias digitais. Há uma lacuna na bibliografia sobre o posicionamento da própria instituição na mídia, especialmente nas mídias sociais, visto tratar-se de um canal que possibilita a comunicação direta da instituição com a sociedade sem a interferência de terceiros, como jornalistas e editores.

2.4 A ASCENSÃO DA CAPACIDADE DA PF NOS ÚLTIMOS ANOS

O aumento da capacidade da Polícia Federal (PF) nos últimos anos foi evidenciado por diversos autores. Este tópico dedica-se a elencar os principais fatores relacionados a esse fenômeno e os elementos que contribuíram para a atual posição institucional da PF no cenário brasileiro. Dessa forma, além da conjuntura política favorável ao destaque das instituições no combate à corrupção organizada, a opção pelo governo federal de aumento de investimentos no órgão também foram cruciais para as mudanças necessárias ao seu recente fortalecimento institucional e aumento significativo de suas operações.

Arantes (2012) destaca que o protagonismo da PF no combate à corrupção e ao crime organizado é uma inovação e tem papel importante no reforço institucional, considerando o seu panorama histórico. A pauta de combate à corrupção de agentes públicos e o direcionamento da PF conferiu à instituição um maior “reconhecimento e prestígio junto à opinião pública”, embora esse crescimento não tenha ocorrido por uma “ideologia de construção institucional”, como ocorreu no Ministério Público (MP). (ALMEIDA, 2016, p. 71). Diferentemente do que ocorreu com o MP no Brasil (em que o novo protagonismo tem causas endógenas), esse

¹⁶PEC 37 divide agentes e delegados da Polícia Federal. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2013-jun-14/delegados-agentes-policia-federal-divergem-pec-37>. Acessado em: 07 dez2019.

protagonismo da PF é resultante de incentivos externos ocorridos ao final do governo de Fernando Henrique Cardoso e durante o governo de Luiz Inácio Lula da Silva, impulsos que efetivaram o novo desenho constitucional concedido ao órgão após 1988.

Ao tratar dos crimes de colarinho branco e das teorias de sua impunidade, Costa, Machado e Zackseski (2016a) salientam que o foco na repressão aos crimes de colarinho branco, e especialmente o combate à corrupção por agentes públicos, começou, aproximadamente, em 2003, tendo superado em 2007 as operações contra o tráfico de entorpecentes. Coincide, com esse período, o aumento massivo da realização de operações pela PF. Assim, os autores destacam que houve um empenho coletivo de atores do poder público (Executivo e Judiciário) no combate aos crimes de colarinho branco a partir de 2003 (2016, p. 55). Ademais, nos últimos dez anos, as três principais operações de combate a crimes de colarinho branco obtinham como foco a corrupção de agentes públicos: Caso Mensalão, Caso Satiagraha e Caso Lava-Jato (2016, p. 51). No entanto, o aumento da efetividade da PF no combate à corrupção e das operações também ocorreu em virtude da maior integração do órgão com o Ministério Público e o judiciário, e não apenas por impulso individual da PF, como demonstrado no tópico anterior. Do total de operações realizadas entre 2003 e julho de 2008, 43% foram realizadas em conjunto com outros órgãos (ARANTES, 2011b, 2019).

Azevedo e Pilau (2018) elencam três fatores que auxiliam na compreensão sobre o fortalecimento da PF nos últimos anos: os investimentos do governo no órgão; o aumento do efetivo; e o aumento do número de operações realizadas. Segundo os autores, os investimentos do governo destinados à PF, a partir de 2003, aumentaram consideravelmente e de forma constante, de acordo com as Leis Orçamentárias Anuais desse período. Além disso, ainda que o efetivo não tenha demonstrando ascensão constante (principalmente em virtude da realização sazonal de concursos públicos), o efetivo da PF aumentou consideravelmente e quase dobrou nos últimos anos, passando de 9.334, em 2003, para 14.943, em 2016. Por fim, o terceiro fator analisado pelos autores é o número de operações realizadas nos últimos anos, tendo crescimento vertiginoso, em função da realização de mega operações, como a Lava-Jato por exemplo.

Sobre o contexto político e relacionado ao primeiro fator apresentado por Azevedo e Pilau (2018), Koerner (2018) esclarece que um dos principais pontos da política adotada no governo do ex-presidente Lula foi o fortalecimento das capacidades estatais, “por meio do reaparelhamento da administração pública, a recomposição dos quadros e a melhoria dos salários e das condições de trabalho dos funcionários” (KOERNER, 2018, p. 314). Houve, assim, um fortalecimento e uma reorganização das instituições de controle nesse período, como a PF e o Ministério Público (KOERNER, 2018). Não obstante, o orçamento da PF cresceu

bastante nos últimos anos, propiciando maior atuação do órgão. No primeiro ano do governo Lula, em 2002, o orçamento era de 1.848 bilhões de reais, tendo aumentado constantemente, chegando a 3.446 bilhões de reais em 2008, praticamente o dobro do valor em 2002 (ARANTES, 2011a, 2011b). O quadro de integrantes do órgão também cresceu e se renovou consideravelmente em todas as escalas de hierarquia, incluindo cargos administrativos. Arantes (2011b, 2019) evidencia o importante papel dos Ministros da Justiça nesses dois governos, destacando, principalmente, o papel do ministro Marcio Thomaz Bastos, o qual atuou de 2003 a 2007, no reforço da PF, estruturando a corporação “em termos organizacionais, de recursos humanos e de remuneração de seus quadros” (ARANTES, 2019, p. 113). Sobre esse momento da instituição, Arantes reforça as importantes mudanças ocorridas:

Concursos para os cargos de delegado de Polícia Federal, perito criminal, agente federal, escrivão de polícia e papiloscopista foram realizados e mais de 5 mil pessoas foram contratadas somente nos primeiros anos do governo Lula. Até 2004, a PF sequer dispunha de quadro administrativo próprio e naquele ano foram abertas quase 1.700 vagas para inaugurá-lo. Num curto espaço de tempo, a PF deixaria para trás a imagem de uma polícia desaparelhada e ineficiente, conquistaria confiança junto ao MPF e à Justiça Federal e passaria a atuar, na forma de Força-Tarefa, na companhia de agentes da Receita Federal, da Controladoria-Geral da União (CGU), de técnicos dos vários ministérios atacados por corrupção, bem como de funcionários de outros órgãos de fiscalização (ARANTES, 2019, p. 114).

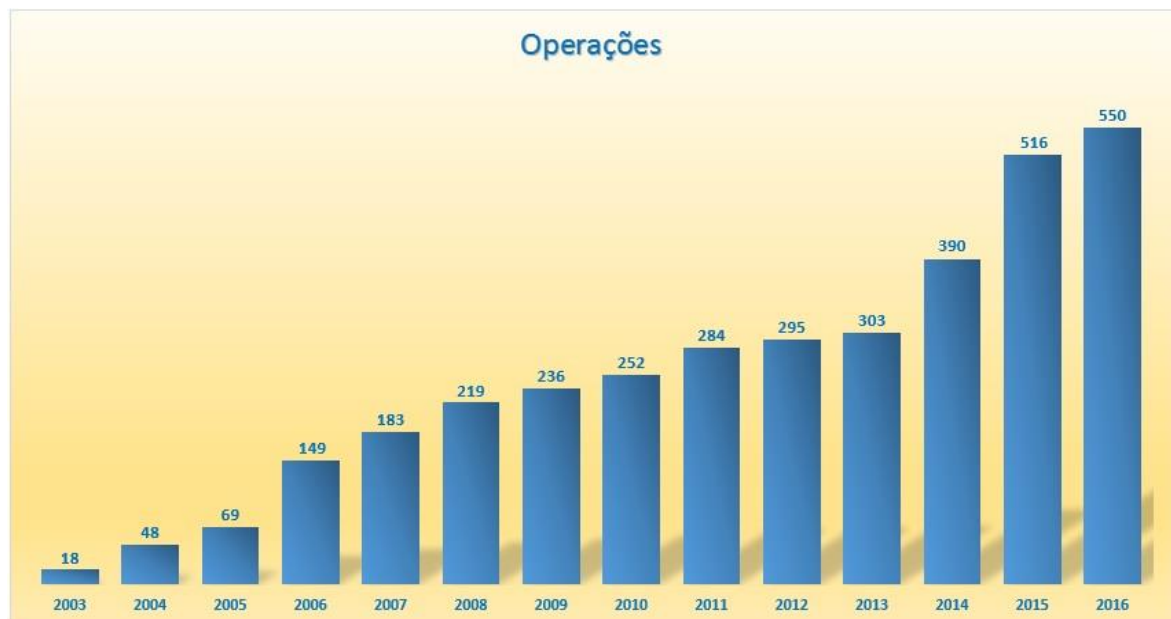
Ao analisar as operações realizadas pela PF, Arantes (2011b) compôs um banco de dados com seiscentas operações realizadas entre o período de 2003 a julho de 2008, constatando de que o órgão passou a dar maior atenção aos aspectos públicos das operações, incluindo a escolha dos nomes. Os nomes geram engajamento da população e atenção da mídia, assim como criam a impressão de responsabilização dos envolvidos, diminuindo a sensação de impunidade, além de organizar as *tags* na internet e facilitar as buscas pelos usuários da rede (ARANTES, 2011b). Muitas vezes, os nomes das operações são inspirados na mitologia grega, bíblia ou, até mesmo, do folclore local, tendo o condão de gerar impacto na população e atrair a atenção midiática (ARANTES, 2011a). Esta pesquisa pretende-se avançar na compreensão desse fenômeno, a fim de apreender as estratégias que a PF utiliza nas mídias sociais para aumentar o engajamento da população e angariar apoio para as suas atividades.

Arantes (2011a) frisa que as operações normalmente têm início às 6h da manhã e, apesar do caráter repressivo que podem ter, normalmente “constituem uma etapa do processo de investigação em que o levantamento de indícios já se mostrou suficiente para deslanchar prisões temporárias e apreensão de bens, recursos e documentos em poder dos investigados”

(ARANTES, 2011a, p. 105). Sobre os crimes relacionados nas operações, a pesquisa de Arantes (2011b) constatou a existência de mais de 50 tipos de crimes nas operações realizadas, envolvendo todos os níveis da federação, além do setor privado. Segundo Arantes (2011b), isso demonstra que a PF está utilizando sua capacidade ao máximo, senão extrapolando-a, como podem sugerir as inúmeras críticas a essa atuação. Conforme os dados relacionados na pesquisa, o tipo de crime mais visado nas operações é a corrupção pública, presente em 22,7% das operações como crime principal. Se forem considerados todos os crimes presentes nas operações, não apenas o crime principal, o número de operações de combate à corrupção sobe para 38,8% do total de operações realizadas. Em segundo lugar, figura o tráfico de drogas em 15,2% das operações como crime principal, seguido do contrabando e evasão de divisas, presente em 9,8% das operações analisadas na pesquisa. O presente estudo pretende averiguar se o posicionamento da PF nas mídias sociais reflete os mesmos padrões das operações ou se são priorizadas algumas temáticas em detrimento de outras.

O aumento do número de operações continuou crescendo vertiginosamente após a pesquisa realizada por Arantes (2011b). Conforme consta no *site* oficial do órgão, em 2003 foram realizadas 18 operações. Após o crescimento constante ao longo dos anos, o número de operações passou para 550 em 2016, último ano em que consta a informação sobre o número de operações.

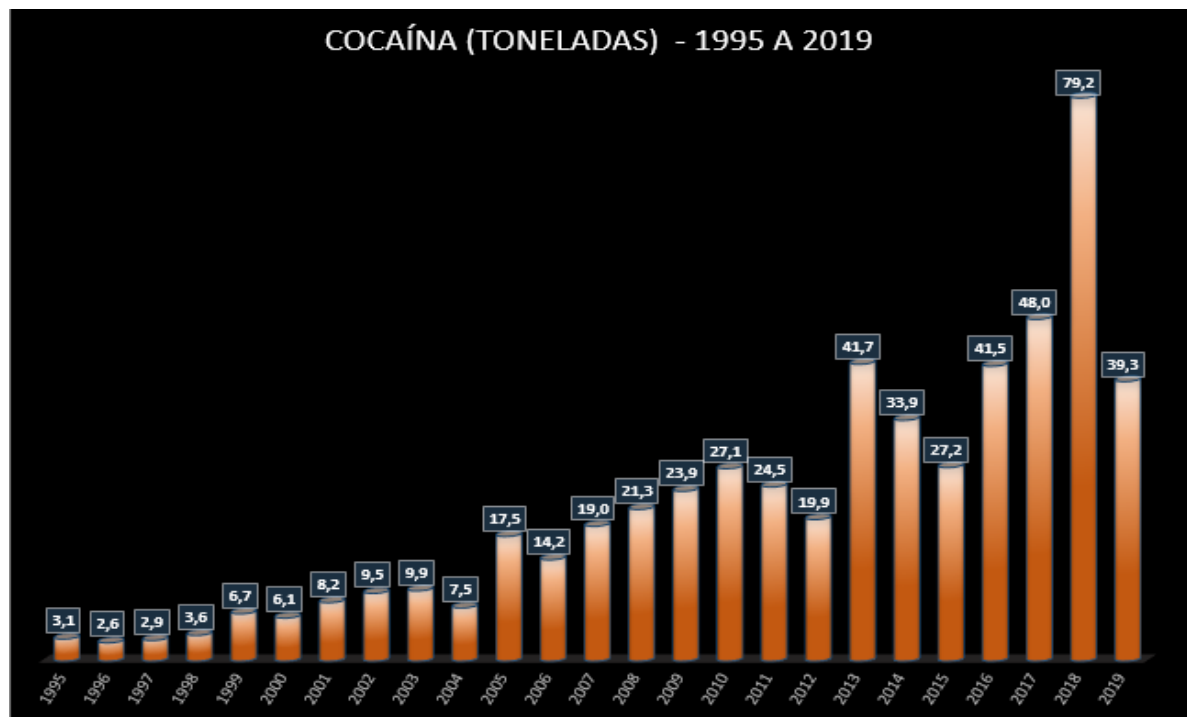
Figura 1 - Operações realizadas pela Polícia Federal entre os anos de 2003 a 2016



Fonte: Site oficial da Polícia Federal. <http://www.pf.gov.br/imprensa/estatistica/drogas>. Acessado em: 03 out 2019.

Outro fator de análise, que pode ser explorado como indicativo de reforço institucional, são os números de apreensão de drogas, referentes a uma das principais atividades da instituição, ainda que não tenham sido elencados por Fagundes e Pilau (2018) em seu trabalho. No *site* constam informações sobre apreensões de cocaína, maconha, Ecstasy e LSD. Com exceção ao LSD, todas as outras tiveram aumento significativo nas apreensões pela PF nos últimos cinco anos. As apreensões de maconha, apesar de representarem oscilações, tiveram aumento significativo nos últimos anos, chegando à apreensão de 354 toneladas em 2017. As oscilações no número de apreensões de maconha ao longo dos últimos anos podem ser decorrentes dos debates sobre a descriminalização do uso da maconha, que esporadicamente ganham mais força no debate público e podem influenciar na condução de trabalhos nas políticas públicas. No entanto, essa hipótese merece maior aprofundamento em estudos posteriores. Um bom exemplo de observação são os números de apreensão de cocaína ao longo dos últimos anos:

Figura 2 - Apreensão de cocaína pela Polícia Federal entre os anos de 1995 a 2019



Fonte: Site oficial da Polícia Federal. <http://www.pf.gov.br/imprensa/estatistica/drogas>. Acessado em: 03 out 2019.¹⁷

Se em 1995 foi apreendida pouco mais de 1 tonelada de cocaína, em 2018 as

¹⁷ Os dados de 2019 estão parciais, visto que o gráfico foi acessado em outubro de 2019.

apreensões passaram para quase 80 toneladas, sendo um aumento exponencial. Esses números podem se relacionar com um aumento da quantidade de droga no mercado brasileiro e, certamente, representam um aumento da capacidade operacional da PF nos últimos anos no combate ao tráfico de entorpecentes.

No entanto, sobre as prioridades da instituição, segundo seus próprios agentes, Costa, Machado e Zackseski, (2016b, p. 24) afirmam que os relatos dos agentes não são claros sobre o assunto. Enquanto alguns informam que a prioridade é para crimes de maiores prejuízos, outros mencionam a participação de agentes do próprio Estado como corruptores, pelo “potencial de corrosão interna da máquina pública”, enquanto outros ainda definem como prioridade os crimes com potencial de maior visibilidade na mídia (COSTA; MACHADO; ZACKSESKI, 2016b, p. 24). Azevedo e Pilau (2018) destacam que a PF é reconhecida por seus funcionários como uma “polícia de elite”, tanto por sua estrutura interna, com agentes qualificados e grande destinação de verba federal para o seu funcionamento, como por ser responsável pela investigação de agentes e organizações criminosas integrantes de altos setores da sociedade. Ademais, os altos salários dos funcionários da PF se comparados às remunerações das outras polícias também contribuem para a caracterização da instituição como polícia de elite (COSTA; MACHADO; ZACKSESKI, 2016a).

Ainda que a Operação Lava-Jato não tenha influenciado diretamente na estrutura da PF (com aumento de recursos ou de efetivo), visto que a instituição já se encontrava em processo de fortalecimento, a operação deflagrada em março de 2014, associada com o momento de fortalecimento do Ministério Público no combate à corrupção, proporcionou grande destaque à PF, tanto nacional, como internacionalmente (AZEVEDO; PILAU, 2018). Na pesquisa realizada por Costa, Machado e Zackseski, (2016b, p. 98), os agentes denunciam a prioridade de tratamento pela mídia às operações do Sul e Sudeste, como a Lava-Jato, em detrimento das operações realizadas no Nordeste, “cuja projeção depende de critérios de seletividade da mídia, que por sua vez vincula-se o poder aquisitivo dos envolvidos e uma dimensão político-partidária”. Nesse sentido, há uma insatisfação em relação à seleção dos casos noticiados pela mídia, que prioriza a divulgação de operações de maior impacto político, apesar de em outros lugares da federação ocorrerem operações com maior apreensão de montantes, com mais impacto ao erário do que propriamente as operações da Lava-Jato noticiadas. Assim, uma hipótese aventada nesta pesquisa é das mídias sociais constituírem uma forma equânime de divulgação das atividades do órgão, de forma a corrigir as tendências e a prioridade da seletividade midiática. Desse modo, as redes sociais seriam um local em que todas as unidades da PF teriam lugar, como espaço de reforço institucional sem a interferência das

pautas políticas e de opinião pública.

A literatura sobre a PF apontou que a instituição vem se fortalecendo nos últimos anos e tem se tornado protagonista no cenário político em virtude das operações de combate à corrupção, configurando-se como uma “polícia de elite”. O chamado “ativismo político estatal”, apontado por Arantes (2019), cujos atores estatais agem na persecução de seus próprios objetivos pode ser visualizado nas mídias sociais, onde as instituições visam aumentar a sua legitimidade e poder simbólico. No entanto, ainda que o fenômeno tenha alterado sobremaneira as relações das instituições policiais com a mídia e o público, os estudos sobre a agência dos órgãos estatais nas mídias sociais são praticamente inexistentes no Brasil, como foi apontado. Esta pesquisa pretende superar essa lacuna, contribuindo para a compreensão da construção de legitimidade pela PF nas mídias sociais.

3 CAPÍTULO III - A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM: QUEM É A PF NAS REDES?

3.1 METODOLOGIA

3.1.1 Pesquisa Com Mídias Sociais

As mídias sociais¹⁸ da Polícia Federal (PF) constituem importantes fontes de informações visto que são seus principais canais de comunicação direta com a sociedade, juntamente com as coletivas de imprensa e as outras entrevistas concedidas. Além disso, as redes sociais permitem apreender diretamente a imagem que a instituição quer transmitir de si sem os atores intermediadores, bem como o poder de agência da PF nas redes, promovendo seus interesses no campo pluralizado da segurança. Ainda que as mídias sociais constituam um canal limitado de comunicação, pois a informação é transmitida apenas aos seus usuários, elas têm ganhado cada vez mais destaque por sua capacidade de atingir públicos que não se interessam por outros canais de comunicação, assim como a possibilidade de interação entre os usuários e a grande rapidez com que a informação é transmitida.

Rosa (2019) aponta as peculiaridades dos novos estudos que envolvem a comunicação, com as mudanças nas condições de circulação dos discursos promovidas pelo amplo acesso aos canais digitais, bem como a própria característica desse novo formato, em que os atores participam ativamente dos meios de comunicação. Nas mídias sociais, os fluxos tendem a ser mais horizontalizados, de forma que os seguidores agem diretamente na construção de pautas, assim como a forte influência dos algoritmos e da atuação dos agentes tradicionais de comunicação (SOARES et al, 2020).

Em regra, dois fatores podem influenciar a circulação de informação nas mídias sociais: as dinâmicas dos diferentes públicos em cada rede social e as funcionalidades técnicas das plataformas. Esses dois elementos se inter-relacionam, de modo que “as ações dos usuários são direcionadas pelas ferramentas técnicas das plataformas, que podem ser apropriadas de diversas, ainda que finitas, formas pelos usuários, inclusive de maneira não planejada pelas plataformas” (SOARES et al, 2020, p. 07). Nesse sentido, a opção de estratégias da PF pode ser uniformizada para todas as plataformas, se o foco for apenas a divulgação de informação; ou pode ser individualizada, de forma a adequar a estratégia para cada mídia social, de acordo

¹⁸ As plataformas *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* são denominadas por Recuero (2009) como Redes Sociais na Internet. No entanto, o termo “mídias sociais” será utilizado nesta pesquisa para designar as redes sociais em foco, apesar de o termo compreenda outras mídias digitais, como blogs e sites que permitem interações.

com as funcionalidades, caso o intuito da instituição seja também de fomentar o engajamento dos seguidores. Como será abordado em seguida, tanto quantitativamente, quanto qualitativamente, a PF adotou estratégias diferentes para cada plataforma, ainda que guardem semelhanças de alguns conteúdos.

As redes sociais na internet não são estáticas, mas dinâmicas, revestidas de relações de cooperação, competição e conflito entre seus usuários. Assim, o estudo das redes sociais na internet pode ser tido como um “estudo das regularidades e irregularidades nas interações que gera um padrão na relação social” (RECUERO, 2009, p. 81). Essas relações podem ser observadas tanto nas reações dos usuários às publicações, como nas estratégias dos donos do perfil em angariar seguidores, diminuir conflitos e fomentar cooperações. Esta pesquisa concentra-se na segunda situação, com foco na ação da instituição que é dona dos perfis em construir estratégias nas redes. Essas relações de cooperação, competição e conflito não representam processos distintos e desconexos, mas, justamente, fenômenos que estão relacionados e que podem surgir naturalmente nas redes sociais na internet (RECUERO, 2009).

Recuero (2009) aponta alguns valores relacionados às redes sociais na internet, como a visibilidade; a reputação; a popularidade; e a autoridade. A maior conexão entre os atores nas redes sociais na internet resulta, também, em maior visibilidade social, a qual é tida como um valor porque facilita maior suporte social e informações, por exemplo. Ademais, a autora destaca que a visibilidade também é essencial para a própria manutenção da rede social, na medida em que auxilia na manutenção dos laços dos atores que estão fisicamente afastados. A reputação nas redes sociais pode ser tida como a “percepção construída de alguém pelos demais atores e, portanto, implica três elementos: o ‘eu’ e o ‘outro’ e a relação entre ambos” (RECUERO, 2009, p. 109). É na relação e na qualidade da troca de informações que consiste a reputação nas redes sociais, não se relacionando diretamente com o número de seguidores, mas, principalmente, com as impressões daquilo que os usuários têm sobre determinado perfil, uma percepção, assim, qualitativa. A popularidade se refere à posição que o ator assume dentro da rede, à sua audiência, diretamente relacionada à quantidade de conexões e interações dos demais usuários da rede. Por fim, a autoridade refere-se à influência que um ator tem com relação aos demais usuários de uma rede social (RECUERO, 2009). É possível, ainda, que a construção da estratégia de comunicação da PF nas mídias vise subjetivamente o fortalecimento desses valores, típicos das relações nas mídias sociais, mesmo se grande parte do seu conteúdo indicar apenas a divulgação de informações institucionais.

Para Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 13) “a internet constitui uma representação de nossas práticas sociais e demanda novas formas de observação”. Não obstante, ao passo que

a internet aproximou os fatos sociais do pesquisador, que podem agora ser acessados mais facilmente, impõe-se, também, uma nova forma de observar esses fenômenos com novas lentes. Uma das dificuldades dos estudos na internet é a de perceber a estrutura da interação social em ampla escala, uma grande quantidade de informações. A grande escala, heterogeneidade e dinamismo são características da internet que dificultam a definição do *corpus* de pesquisa e a investigação dos fenômenos. Nesse sentido, para que a amostra seja representativa, em razão desses três fatores, é necessário que a pesquisa seja feita em larga escala, a fim de possibilitar a construção de panoramas e a visualização de padrões gerais. Além disso, os autores preconizam que a utilização da análise de conteúdo é “versátil e produtiva” (2011, p. 163) para tratar os dados obtidos nas mídias sociais, visto que possuem essa natureza transite entre a quantitativa e a qualitativa. Assim, sendo “capaz de operar em diversas escalas de observação, essa técnica (análise de conteúdo) permite combinar a avaliação qualitativa individual dos elementos da amostra com uma sistematização quantitativa, por categorização, compatível com o volume de dados envolvidos” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 163). Enquanto a abordagem quantitativa na internet busca padrões e variações, a abordagem qualitativa permite apreender as singularidades, principalmente face ao caráter dinâmico das redes (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011).

Para atingir os objetivos da pesquisa, os procedimentos metodológicos foram realizados em três etapas: primeiro foram levantados os conteúdos das publicações da PF em seus perfis oficiais no *Facebook*, no *Instagram* e no *Twitter*; em seguida, o material foi categorizado de acordo com os fins propostos na pesquisa, e, posteriormente, foi feita a análise de conteúdo do material coletado.

3.1.2 Procedimentos Para A Coleta De Dados Nas Mídias Sociais

Para apreender a estratégia utilizada pela Polícia Federal (PF) nas mídias sociais, foi feito o levantamento de todas as publicações em 2017 e 2018 nos perfis oficiais da PF no *Facebook*, no *Twitter* e no *Instagram*. A escolha das mídias se deu em virtude da grande quantidade de usuários que cada uma delas engloba¹⁹, bem como por tratarem-se dos principais canais de comunicação on-line da PF com o público, além do próprio site institucional. Além disso, para comparar os dados levantados nas mídias sociais e testar as hipóteses levantadas no

¹⁹Saiba quais são as Redes Sociais mais usadas. Disponível em: <https://www.dinamize.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas/>. Acessado em: 07 dez 2019

trabalho, foram analisadas as informações dos relatórios anuais de gestão da PF referentes ao período da coleta de dados. Os relatórios são documentos extensos, divulgados anualmente como prestação de contas à sociedade sobre as atividades da instituição e o orçamento gasto com cada setor interno. Ainda que os relatórios anuais de gestão não sejam documentos de estrutura padronizada, por meio deles é possível depreender informações importantes sobre as operações deflagradas e as prioridades de atuação da PF. As publicações nas mídias sociais referentes ao ano de 2019 não foram abarcadas por esta pesquisa. Porquanto, no momento da análise de dados, o respectivo relatório anual de gestão ainda não havia sido disponibilizado, impossibilitando a comparação com as informações oficiais.

Destaca-se que as plataformas em foco têm alterado suas políticas de acesso aos dados de usuários, impondo restrições à extração de informações na rede²⁰. Assim, cada mídia social permite o acesso sistematizado a determinado período de tempo, ou limitado número de publicações e categorias específicas de dados, ainda que as informações sobre as postagens sejam públicas a qualquer usuário. Muitas das publicações são comuns nas três mídias, no entanto, cada uma das plataformas tende a ser voltada a um público diferente de usuários, de forma que podem existir diferenças entre os dados coletados. Existem também limitações específicas para publicações em cada uma delas, conforme exposto por Soares et al (2020). No *Instagram*, por exemplo, não é permitido divulgar *links* ou textos soltos sem imagens, o que é possível no *Twitter* e no *Facebook*.

Assim, foi feita a raspagem de todas as publicações nos perfis oficiais da PF de 1 de janeiro de 2017 a 31 de dezembro de 2018, compondo uma amostra censitária com 5.528 (cinco mil quinhentos e vinte e oito) publicações. A composição do banco de dados pode ser representada na seguinte tabela:

Tabela 2 - Composição do banco de dados por número de publicações

²⁰ Desde março de 2018 tem sido divulgado pela mídia os escândalos de vazamentos de dados. Desde então, o *Facebook* tem alterado constantemente suas políticas de acesso às informações na Plataforma, descontinuando APIs e limitando a mineração de dados. A notícia do vazamento de dados está disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/o-escandalo-de-vazamento-de-dados-do-facebook-e-muito-pior-do-que-parecia/>. Acessado em: 02 dez 2019.

	2017	2018	Total
Instagram	584	235	819
Facebook	1147	570	1717
Twitter	2395	597	2992
	4126	1402	5528

Fonte: Elaborado pela autora.

A coleta de dados no *Facebook* foi realizada com o auxílio de um API (*Application Programming Interface*) da própria plataforma chamado Netvizz. No entanto, esse API foi descontinuado pelo *Facebook* no dia 4 de setembro de 2019, em consonância com as novas diretrizes de fechamento de dados na plataforma. Como o API possuía uma limitação de raspagem das últimas 1.000 publicações, foi necessário o acréscimo manual das publicações faltantes, a fim de abarcar todas as informações divulgadas na plataforma nos anos de 2017 e 2018. Dessa maneira, foi composto um banco de dados com 1.717 (mil setecentas e dezessete) publicações da PF em sua página oficial nesta rede. Para cada publicação, foi preenchida uma ficha individual contendo o tipo da publicação (vídeo, foto ou *link*); o texto da publicação e a data em que foi postada na plataforma.

Para a coleta das informações no *Twitter* foi criado um API específico e individual para esta pesquisa, para ser utilizado no ambiente computacional R. Foram levantados 2.992 (dois mil novecentos e noventa e dois) *tweets* (denominação das publicações no *Twitter*) realizados pela PF em sua conta oficial nos anos de 2017 e 2018, referentes a todas as publicações feitas pela PF nesse período nesta plataforma. Para cada publicação, foi preenchida uma ficha individual contendo o *link* para acesso à publicação; o texto da publicação; a data de publicação; o número de *retweets* (compartilhamentos da informação por usuários da rede); além dos dados de identificação na rede (ID).

No *Instagram* foram realizadas 819 (oitocentas e dezenove) publicações em 2017 e 2018. A coleta de informações foi realizada manualmente, visto que não foram encontrados *softwares* que possibilitassem a raspagem nesta plataforma com todas as informações necessárias à pesquisa. Destaca-se que é possível a coleta manual de informação no *Instagram*, em que pese a maior demanda de tempo com relação à extração feita com *software* específico, afinal, se trata de uma plataforma mais simples e leve, se comparado com o *Facebook* ou com o *Twitter* (plataformas em que a coleta manual de informações demandaria um tempo mais extenso). Para cada publicação, foi preenchida uma ficha individual contendo o tipo da publicação (vídeo ou foto); os principais elementos na imagem; o texto na imagem; o texto da

publicação e a data em que foi postada na plataforma.

3.1.3 Tratamento Dos Dados E Análise De Conteúdo

Para analisar o conteúdo das publicações, duas das mais importantes metodologias que podem ser usadas são a análise de discurso e a análise de conteúdo. Ainda que Bourdieu (2008) preconize a importância do sentido do discurso proferido, foi adotada neste trabalho a análise de conteúdo como procedimento metodológico para o tratamento dos dados, em razão dos fins a que se destina esta pesquisa, bem como o objetivo.

Sobre a análise de discurso, das perspectivas que ela pode abranger, a mais utilizada é aquela responsável por examinar a sua orientação funcional, ou seja, além daquilo proferido pela linguagem, a que investiga a ação discursiva pretendida para conduzir, voltar a um objetivo (GILL, 2003). Em razão da extensa quantidade de dados que as mídias sociais disponibilizam, antes de compreender o contexto social e o sentido histórico da informação que é transmitida, é necessário investigar o seu conteúdo, o que de fato é comunicado nos canais oficiais, sem os tradicionais mediadores da informação.

Já a análise de conteúdo pode ser caracterizada como uma “técnica para produzir inferências de um texto focal para seu contexto social de maneira objetivada” (BAUER, 2003, p. 191). Para Feijó e Valette (2005, p. 9), os fatos sociais só podem ser considerados informação e passam a ter significado se eles forem “ordenados, sistematizados, encaixados em esquemas de classificação, conceitos teóricos ou outros padrões”. Após este procedimento, os fatos sociais poderão constituir uma base para o conhecimento. Feijó e Valente (2005, p. 10) destacam ainda que “todo levantamento de dados pressupõe uma codificação prévia (implícita ou explícita), ou seja, uma classificação (ou nomenclatura), que produz o esquema por meio do qual a realidade é percebida e quantificada”. Ainda que o trabalho de Feijó e Valente (2005) trate das estatísticas oficiais, a premissa é válida para toda pesquisa que vise contribuir para a construção do conhecimento. Assim, os dados coletados foram submetidos a categorizações, de modo a poderem ser sistematizados e analisados teoricamente com o intuito de produzir inferências válidas. Ao definir o conceito da análise de conteúdo, Bardin também a estabelece como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) dessas mensagens (BARDIN, 2016, p. 49).

Segundo Bardin (2016), as etapas essenciais para a análise de conteúdo são três: pré-análise; exploração do material; e tratamento dos resultados, inferência e interpretação. A pré-análise é constituída por três objetivos: a escolha dos documentos que serão estudados; a formulação das hipóteses e dos objetivos; a organização dos indicadores que embasarão a interpretação (BARDIN, 2016). Este trabalho, então, buscou seguir essas três etapas. Inicialmente, foi feita uma leitura exploratória dos materiais, para fins de limitar o *corpus* de pesquisa, elencar previamente as categorias de análise e elaborar as hipóteses e os objetivos. A segunda etapa da pesquisa trata-se da exploração do material que, para Bardin (2016, p. 132), constitui a “aplicação sistemática das decisões tomadas”. Já os resultados obtidos na terceira etapa do método devem ser considerados válidos e, para tanto, devem ser submetidos a teste de validação.

Logo, foi realizada a análise de conteúdo das publicações da PF nas mídias sociais, com a classificação do material coletado e a análise das informações transmitidas. A hierarquia da codificação dos dados deve abranger a natureza do que está sendo codificado, bem como as perguntas que se pretende responder com a pesquisa (GIBBS, 2009). Os códigos que possuem semelhanças são, assim, agrupados em ramos e sub-ramos, a fim de sistematizar a análise para interpretar os dados. Os ramos, ou grupos, não podem compor uma listagem muito grande, sob prejuízo de não conseguir perceber as similaridades, assimilaridades e tendências; como também não pode ser muito sucinta a ponto de desprezar informações importantes sobre as possíveis especificidades encontradas (GIBBS, 2009). Após a classificação dos dados, a comparação é a etapa mais importante para encontrar padrões e explicações (GIBBS, 2009). A leitura de um texto tem muitas possibilidades, de forma que a codificação deve ser entendida como aplicável apenas ao problema de pesquisa e não como uma leitura verdadeira dos dados. Dessa maneira, a análise de conteúdo compreende uma reconstrução dos dados, possibilitando a comparação e hierarquização das categorias definidas.

Nesse sentido, todas as publicações nas três mídias foram categorizadas e recategorizadas manual e individualmente, a fim de responder às questões de pesquisa. Em um primeiro momento, foram categorizadas as publicações que correspondem às operações e às ações da PF no combate aos crimes, para efetuar a comparação com as informações contidas nos relatórios de gestão. Nesta etapa foram identificados oito eixos temáticos, de acordo com as categorias de operações contidas nos relatórios: tráfico de drogas; crimes fazendários, desvio de recursos públicos e corrupção; crimes contra o patrimônio e tráfico de armas; crimes cibernéticos, crimes contra o meio ambiente; crimes contra a Previdência Social; crimes eleitorais e crimes contra comunidades indígenas; crimes contra Direitos Humanos; e crimes

financeiros.

Em seguida, foram categorizadas as publicações que pudessem representar a mobilização de capitais nas mídias sociais, de acordo com a teoria apresentada neste trabalho. Foram, assim, identificadas as publicações com informações sobre a estrutura da PF, como veículos, edifícios, equipe, equipamentos, redes sociais da instituição e serviços. Após esse processo, ainda para observar a mobilização de capitais, foram categorizadas as publicações específicas e as genéricas sobre treinamentos realizados pela instituição. Foram identificados, então, dois tipos de capitais mobilizados nas mídias sociais da PF: capital econômico, representado, principalmente, nas publicações sobre edifícios, veículos, equipamentos, e o capital cultural, representado pelas publicações sobre treinamentos e equipes especializadas.

Por fim, como uma expressiva parte dos dados não se enquadrou nos dois procedimentos iniciais, as publicações restantes foram categorizadas, a fim de identificar as demais estratégias de comunicação que a PF utiliza em suas mídias sociais. Assim, as publicações remanescentes integraram as seguintes categorias: frases motivacionais (subdividida em citações, afirmativas e votos institucionais), K9, turismo, nota de pesar, saúde e datas comemorativas. Destaca-se que a maioria das publicações são comuns para as três mídias sociais abarcadas nesta pesquisa. Logo, respeitadas as especificidades de cada mídia social, a análise de conteúdo foi realizada em etapa única, para fins de apreender os elementos constitutivos da narrativa da PF nas mídias, além dos dados quantitativos levantados na etapa anterior.

Nos tópicos seguintes serão elencados os principais resultados obtidos com a análise dos perfis oficiais da PF nas três mídias sociais (*Instagram, Facebook e Twitter*), nos anos de 2017 e 2018. Primeiramente, serão comparadas as informações dos relatórios anuais de gestão com as publicações sobre as ações e as operações da PF, com o intuito de averiguar se as mídias sociais refletem os mesmos percentuais das operações realizadas no combate aos crimes. A partir desse processo, serão analisados os capitais mobilizados as mídias sociais, principalmente o capital cultural e o capital econômico, com o propósito de responder as perguntas de pesquisa. Por fim, serão apresentadas as estratégias de comunicação da PF nas mídias sociais, como categorias de destaque e recursos de linguagem.

3.2 OPERAÇÕES DEFLAGRADAS E AS MÍDIAS SOCIAIS DA POLÍCIA FEDERAL

3.2.1 Operações Deflagradas E Mídias Sociais Em 2017

Inicialmente, a fim de investigar a similaridade ou a discrepância das informações nas mídias sociais com os dados reais de investigações da Polícia Federal (PF), serão analisados os relatórios de gestão dos anos de 2017 e 2018. A comparação das operações com as publicações realizadas nas mídias sociais pretende averiguar se os objetivos da assessoria de comunicação estão alinhados com as prioridades de atuação da instituição, como o foco de combate aos crimes nas operações.

O Relatório de Gestão do exercício de 2017 da Polícia Federal possui extensa descrição das destinações financeiras do órgão, bem como descrição das atividades realizadas ao longo do ano de 2017, metas cumpridas, treinamentos, operações e objetivos da instituição. Neste trabalho, serão enfatizadas as operações realizadas e as categorias de crimes nelas combatidos.

No ano de 2017, a PF deflagrou o total de 1.199 operações, as quais foram divididas em oito eixos temáticos: tráfico de drogas; crimes fazendários, desvio de recursos públicos e corrupção; crimes contra o patrimônio e tráfico de armas; crimes cibernéticos, crimes contra o meio ambiente; crimes contra a Previdência Social; crimes eleitorais e crimes contra comunidades indígenas; crimes contra Direitos Humanos; e crimes financeiros. O número de operações deflagradas não significa, necessariamente, mais ações da PF, como prisões ou busca e apreensão. . Tampouco significa maior mobilização de agentes, já que existem operações que mobilizam mais recursos humanos, enquanto outras mobilizam menos. Ainda assim, considerando que as operações constam em destaque nos relatórios, divididas em áreas de atuação, bem como é massiva a divulgação das operações em todos os canais de comunicação da PF e nas entrevistas coletivas, este é um parâmetro suficiente e eficaz para a presente comparação.

A proporção das operações deflagradas em 2017 pode ser vista na tabela a seguir:.

Tabela 3 - Operações realizadas por área de atuação - 2017

Foco das operações	Número de operações	Percentual
Tráfico de drogas	275	23%
Crimes Fazendários	231	19%
Desvio de recursos públicos e corrupção	168	14%
Crimes contra o patrimônio e tráfico de armas	132	11%
Crimes cibernéticos	120	10%
Crimes contra o Meio ambiente	79	7%
Crimes contra a Previdência Social	66	6%
Crimes eleitorais e contra a comunidade indígena	51	4%
Crimes contra Direitos Humanos	44	4%
Crimes Financeiros	33	3%
Total	1199	100%

Fonte: Elaboração da autora a partir do Relatório de gestão do exercício de 2017 – Polícia Federal.

Os números de cada categoria que constam nos relatórios não mensuram a expressividade ou a importância das operações, mas apenas quantificam as operações realizadas. Assim, em 2017, o combate ao tráfico de drogas foi responsável pelo maior número de operações deflagradas, seguido do combate aos crimes fazendários. Em terceiro lugar se encontram as operações de combate ao desvio de recursos públicos e de corrupção.

Ainda que as operações estejam divididas nos relatórios por categoria de crimes, verifica-se que muitas das operações abarcam dois ou mais crimes de categorias diferentes. As ações da PF podem coibir, em uma mesma operação, crimes de tráfico de drogas, tráfico de armas e lavagem de dinheiro, por exemplo, que pertencem a categorias diferentes. É frequente que a prática de crimes resultantes em benefício financeiro pelo réu estejam ligados a crimes de lavagem de dinheiro, na tentativa de ocultar o fruto do delito.

A próxima tabela apresenta a comparação das ações e das operações da PF com as publicações feitas nas três mídias sociais:

Tabela 4 - Publicações sobre as Operações no *Instagram* x *Facebook* x *Twitter* - 2017

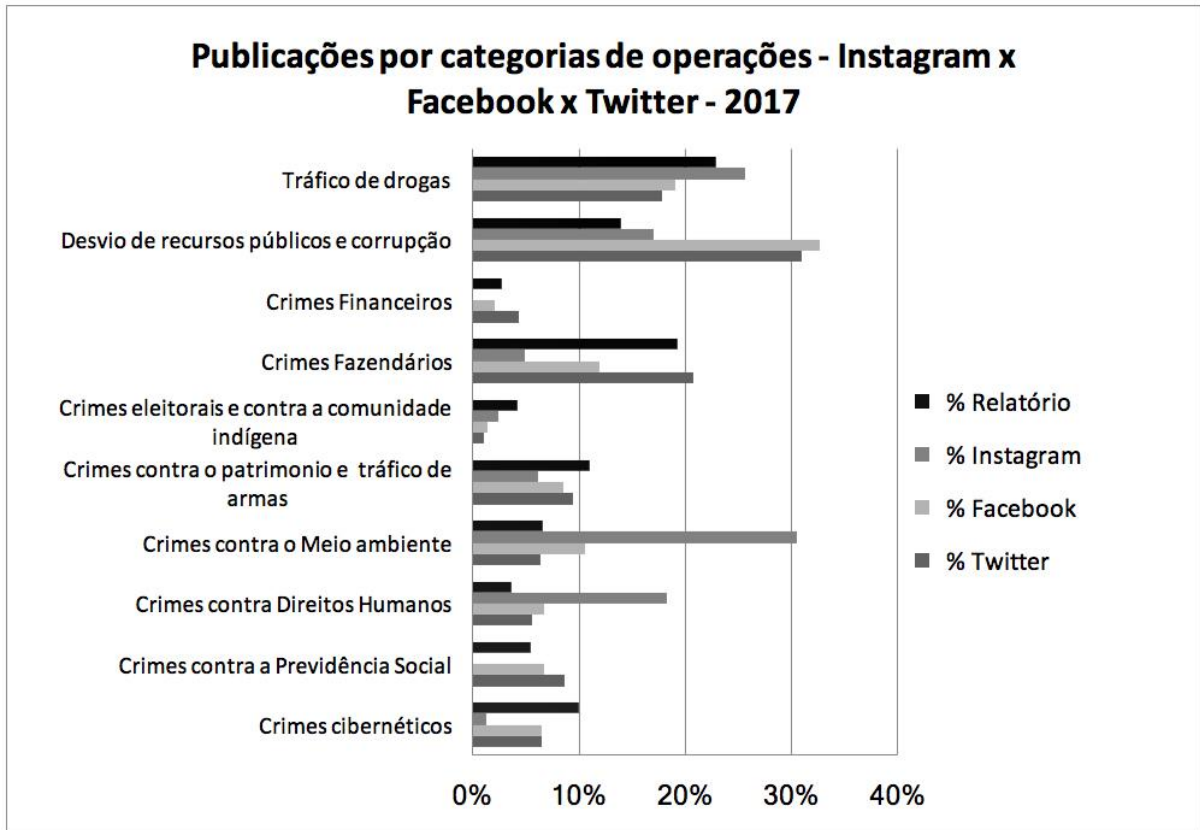
Foco das operações	Operações Relatório		Publicações Instagram		Publicações Facebook		Publicações Twitter	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Tráfico de drogas	275	23%	21	26%	83	19%	277	18%
Crimes Fazendários	231	19%	4	5%	52	12%	322	21%
Desvio de recursos públicos e corrupção	168	14%	14	17%	142	33%	480	31%
Crimes contra o patrimônio e tráfico de armas	132	11%	5	6%	37	9%	146	9%
Crimes cibernéticos	120	10%	1	1%	28	6%	101	7%
Crimes contra o Meio ambiente	79	7%	25	30%	46	11%	98	6%
Crimes contra a Previdência Social	66	6%	0	0%	29	7%	134	9%
Crimes eleitorais e contra a comunidade indígena	51	4%	2	2%	6	1%	16	1%
Crimes contra Direitos Humanos	44	4%	15	18%	29	7%	86	6%
Crimes Financeiros	33	3%	0	0%	9	2%	68	4%
Total	1199	100%	82	X	435	X	1551	X

Fonte: Elaboração da autora a partir do Relatório de gestão do exercício de 2017 – Polícia Federal. Perfil oficial da Polícia Federal no *Instagram*, no *Facebook* e no *Twitter*.

Os percentuais da Tabela 4 que se referem às mídias sociais contemplam apenas a categoria de publicações de operações da PF e não o total de publicações em cada rede. Na tabela apresentada, é possível perceber uma grande variação numérica na divulgação dos crimes combatidos nas operações em cada uma das mídias em 2017, indicando a adoção de estratégias diferentes em cada rede social da PF.

O gráfico, a seguir, permite a melhor visualização desta disparidade nas mídias em comparação com os dados do relatório de 2017:

Gráfico 1- Operações x Facebook x Instagram x Twitter



Fonte: Elaborado pela autora a partir do Relatório de gestão do exercício de 2017 – Polícia Federal. Perfil oficial da Polícia Federal no *Instagram*, no *Facebook* e no *Twitter*.

Com base no Gráfico 1, com as informações gerais, serão apresentadas, em seguida, as informações de cada mídia social em 2017 em comparação aos números de operações no relatório de gestão da instituição. No Anexo A deste trabalho, é possível visualizar todas as categorias de publicações nos anos de 2017 e 2018 em cada uma das três mídias em foco desta pesquisa. Inicialmente, foram identificadas as publicações relacionadas aos temas gerais das operações realizadas em 2017, com base no relatório de gestão. Como as publicações não se referem exclusivamente às operações, podendo indicar atividades genéricas de combate aos crimes de uma área ou mais de uma operação no mesmo *post*, algumas publicações contêm a indicação de duas categorias de crimes, como meio ambiente e direitos humanos, simultaneamente. Além disso, como algumas operações também combatem crimes de categorias distintas, essa dualidade foi registrada no momento da coleta de dados. Um exemplo é a publicação do dia 4 de dezembro de 2017 no *Instagram*, que indicava a atividade da PF no combate à extração ilegal de ouro (meio ambiente) e combate ao trabalho escravo (direitos humanos).

3.2.1.1 Instagram

Ao longo de 2017, foram realizadas 593 publicações no perfil oficial da Polícia Federal no *Instagram*. Do total de publicações em 2017, 82 (14%) delas abrange temas das operações, conforme a classificação nos relatórios. Dessas, apenas 5 publicações indicavam duas categorias de crimes concomitantemente.

Com base no Gráfico 1, é possível depreender que as categorias de “tráfico de drogas” e “desvio de recursos públicos e corrupção” possuem índices de publicações no *Instagram* semelhantes aos de operações, ainda que levemente superiores. O mesmo não ocorre com as categorias de “crimes contra direitos humanos”, “crimes contra o meio ambiente”, que indicam uma evidente discrepância entre o índice de publicações e o de operações realizadas. Apesar de as operações sobre o meio ambiente e direitos humanos representem juntas apenas 11% do total de operações, nas publicações no *Instagram* elas somam metade do total de publicações sobre as ações e as operações da PF. Ainda Gráfico 1, pode-se visualizar que o percentual de publicações sobre esses dois temas é muito superior ao percentual de operações realizadas pela PF, com base nos relatórios de gestão. Foram, aqui, computadas as publicações que indicam uma ação ou direcionamento enfático da PF no combate aos crimes, sendo excluídas as publicações sobre datas comemorativas, frases motivacionais, dentre outras que também podem englobar temas gerais de direitos humanos ou de meio ambiente. Com base no Gráfico 1, parece clara a intenção da Assessoria de Comunicação em transmitir, ao menos no *Instagram*, em 2017, a imagem de que a PF está agindo no combate aos crimes contra direitos humanos e crimes contra o meio ambiente, ainda que o número de operações indique que esta presença não é tão expressiva em comparação às outras áreas de atuação.

Outra discrepância ocorre com relação aos “crimes fazendários”, “crimes contra a Previdência Social”, “crimes financeiros” e “crimes cibernéticos”. Os crimes fazendários se referem à lavagem de dinheiro, sonegação de impostos, contrabando, descaminho, dentre outros, e figuram, em segundo lugar, entre os crimes com mais operações, ficando atrás apenas das operações contra o tráfico de drogas. No entanto, ainda que representem 19% do total de operações. As publicações de ações de combate aos crimes fazendários representam apenas 5%, indicando que não foi uma preferência de divulgação no *Instagram* da PF em 2017.

Já os crimes contra a Previdência Social e os crimes financeiros sequer tiveram publicações em 2017, embora essas duas categorias, juntas, tenham representado quase 10% das operações realizadas pela PF em 2017. Os crimes cibernéticos também representam 10% do total de operações realizadas, mas apenas 1% das publicações foram sobre operações no

Instagram, indicando que o tema não foi uma prioridade de divulgação. Das 120 operações realizadas contra crimes cibernéticos, apenas uma publicação foi feita sobre esse tipo de crime nesta mídia em 2017.

3.2.1.2 Facebook

Em 2017, no perfil oficial da Polícia Federal no *Facebook* foram realizadas 1.147 publicações. Do total, 435 (38%) foram publicações específicas sobre operações ou ações da Polícia Federal no combate às categorias de crimes apontados nos relatórios. Preliminarmente, é possível notar uma grande diferença entre as publicações nas três mídias sociais oficiais da PF em 2017. Com relação ao número total de publicações, as do *Facebook* representam quase o dobro do total de publicações no *Instagram*, e menos da metade do total de publicações no *Twitter*.

Além disso, há uma gritante diferença entre os números de publicações nas mídias sobre as ações e as operações deflagradas pela PF em 2017, de forma que no *Facebook* foram feitas mais de cinco vezes mais publicações sobre as operações do que no *Instagram*, apesar deste número ser muito inferior às publicações no *Twitter* sobre o tema. Proporcionalmente aos números totais, também há uma grande diferença. Enquanto no *Instagram* as publicações sobre ações e operações no combate aos crimes representaram 14%, no *Facebook* elas estão na faixa de 38%, ou seja, proporcionalmente mais do que o dobro de publicações sobre ações da PF no combate aos crimes.

No aspecto geral, a proporção de publicações no *Facebook* se assemelha mais aos números contidos nos relatórios do que as publicações no *Instagram*, com exceção da categoria de crimes de desvio de recursos públicos e de corrupção. Com a ressalva deste, a diferença percentual entre as operações dos relatórios e as publicações sobre o tema no *Facebook* não superou 7% em nenhuma das categorias de crimes, indicando maior similaridade, mesmo que as publicações na rede ainda não representem a real proporção da atuação da PF.

Das três mídias analisadas, o *Facebook* é a rede social em que o percentual de publicações sobre corrupção mais se destacou, com um terço de todas as publicações sobre ações e as operações da PF em 2017. Nesse sentido, observa-se a predominância das publicações sobre crimes de desvios de recursos públicos e corrupção pelo *Facebook*, ao menos no ano de 2017. Além das operações contra corrupção, as outras duas categorias em que o percentual de publicações foi representativamente maior em relação ao de operações em 2017, foram os crimes contra Direitos Humanos e os crimes contra o meio ambiente, indicando,

novamente, a intenção da PF em reforçar sua imagem no combate a esses tipos de crimes em suas mídias.

Sobre a estrutura da rede, em comparação ao *Instagram*, o *Facebook* permite acrescentar *links* dentro do texto das publicações, de forma que a maioria das publicações sobre as operações contém o *link* que remete para a notícia do próprio site da PF, com informações mais detalhadas sobre a atuação.

3.2.1.3 Twitter

Em 2017 no perfil oficial da Polícia Federal no *Twitter* foram realizadas 2.395 publicações. Do total, 1.551 (65%) foram publicações específicas sobre operações ou ações da PF no combate aos crimes apontados nos relatórios. Os números do *Twitter*, em 2017, superam em muito os do *Instagram* e do *Facebook*, seja pelo total de publicações, seja pela proporção de publicações sobre as ações e as operações realizadas pela PF.

Assim, como no *Facebook*, o destaque de publicações em 2017 no *Twitter* foi dos delitos de corrupção e desvio de recursos públicos, com publicações bem acima da proporção de operações realizadas. Ademais, essa foi a mídia social que mais destacou os crimes fazendários, inclusive, acima da proporção de operações realizadas. Isso, provavelmente, se deve em razão da possibilidade de o *Twitter* oferecer a publicação de vários posts sobre o mesmo tema, sem gerar desgaste no receptor da mensagem, já que este é o próprio formato de comunicação desta mídia social. Assim, como os crimes fazendários podem exigir maiores explicações sobre o *modus operandi* dos criminosos (como lavagem de dinheiro e descaminho), possivelmente, foram necessárias mais publicações para explicar sobre a operação da PF aos seguidores da página.

Diferentemente do padrão de publicações no *Facebook* e no *Instagram*, em que é feita apenas uma publicação para cada operação divulgada, as operações no *Twitter*, em 2017, tendem a ser divulgadas em vários posts (ou *tweets*, como é chamado no *Twitter*) com o mesmo tema, como mostra a figura, a seguir, que apresenta um exemplo de publicações sobre uma operação contra um crime financeiro:

Figura 3 - Exemplos de publicações sequenciais no *Twitter* – Operação conclave

Data	Descrição
19/04/2017	#OpConclave A operação de aquisição de ações do Panamericano pela CAIXAPAR é investigada por ter causado expressivos prejuízos ao erário
19/04/2017	#OpConclave que culminaram na compra e venda de ações do Panamericano pela CAIXAPAR e com a compra e venda de ações daquele pelo BTG Pactual
19/04/2017	🚩 deflagramos a #OpConclave para investigar a aquisição possivelmente fraudulenta de ações do Banco Panamericano pela Caixa Participações SA https://t.co/lknApNPE4Z
19/04/2017	#OpConclave 200 policiais federais cumprem 46 ordens de busca e apreensão. Foi determinada o bloqueio de contas a R\$1,5 bilhão
19/04/2017	#OpConclave apurou que os envolvidos se dividiam em núcleos criminosos de acordo com as respectivas atuações no suposto esquema:
19/04/2017	#OpConclave Os investigados responderão por gestão temerária ou fraudulenta e possíveis outros crimes. Saiba: https://t.co/BVmuJLKuta
19/04/2017	#Opconclave Núcleo de consultorias: contratadas para emitir pareceres a legitimar os negócios realizados
19/04/2017	#OpConclave agentes públicos: responsáveis diretos pela assinatura dos pareceres, contratos e documentos (...)
19/04/2017	#OpConclave Núcleo dos empresários: conhecedores das situações de empresas e da necessidade de dar aparência de legitimidade aos negócios
19/04/2017	#OpConclave apura a responsabilidade de gestores da CEF na gestão fraudulenta e investiga prejuízos causados a correntistas e clientes.

Fonte: Perfil oficial da Polícia Federal no *Twitter*. Grifo nosso.

Assim como neste exemplo, a maioria das operações divulgadas pelo *Twitter*, em 2017, englobavam diversos *tweets* diferentes descrevendo sumariamente a atuação da PF naquele dia (por exemplo, Operação Hicsos, Operação Vortex, Operação Vortigem).

3.2.2 Operações Deflagradas E Mídias Sociais Em 2018

O relatório de gestão de 2018, ao contrário do documento de 2017, foi emitido pelo Ministério da Segurança Pública, abarcando as principais atividades desenvolvidas pela PF, bem como a atuação dos outros departamentos vinculados ao Ministério.

Com relação ao número de operações, há divergências no próprio documento, já que os dados de operações não foram disponibilizados de forma sistematizada e conjuntamente no documento. Inicialmente, na página 49 do relatório, afirma-se que foram deflagradas pela PF 1.363 operações até o fim de 2018. Na página seguinte (p. 50), o relatório informa que em 2018 foram deflagradas 1.563 operações, sendo 629 especiais e 934 comuns, diferença de 200 operações a mais entre a última informação apresentada. Em seguida, são informadas no documento as operações realizadas no combate a cada categoria de crimes, divididos em 10: desvio de recursos públicos; crimes cibernéticos; organizações criminosas voltadas para delitos contra a Previdência; crimes fazendários; crimes contra o meio ambiente; crimes eleitorais e crimes contra comunidades indígenas; crimes contra direitos humanos; combate à organizações criminosas relacionadas ao tráfico de drogas; crimes financeiros; crimes contra o patrimônio e

ao tráfico de armas. Destaca-se que essas são as mesmas categorias de operações apresentadas no relatório de 2017. A soma das operações de todas as categorias, no entanto, apresenta um valor diferente (1.510) dos outros dois totais de operações apresentados no relatório (1.353 e 1.563).

Mesmo com a divergência dos números apresentados, constata-se um aumento significativo do número de operações com relação ao ano anterior com 311 operações a mais, considerando a soma das operações de combates aos crimes específicos. Como as informações sobre cada categoria de crimes combatidos nas operações se apresentam mais detalhadamente, para fins de análise dos dados, será utilizado o número referente à soma das categorias, o total de 1.510 operações. Destaca-se, ainda, que essas divergências não prejudicam a análise, já que, em um primeiro momento, pretende-se comparar o percentual de operações com o de publicações nas mídias sociais. A Tabela 5 apresenta a divisão das operações realizadas em 2018 por categorias de crimes:

Tabela 5 - Operações realizadas por área de atuação em 2018

Foco das operações	Número de operações	Percentual de operações
Crimes Fazendários	349	23%
Tráfico de drogas	339	22%
Crimes contra o patrimônio e tráfico de armas	191	13%
Crimes cibernéticos	119	8%
Desvio de recursos públicos	112	7%
Crimes contra o Meio ambiente	104	7%
Crimes eleitorais e contra a comunidade indígena	102	7%
Crimes contra a Previdência Social	100	7%
Crimes Financeiros	61	4%
Crimes contra Direitos Humanos	33	2%
Total	1510	100%

Fonte: Elaborado pela autora a partir do Relatório de gestão do exercício de 2018 – Ministério da Segurança Pública.

Inicialmente, ressaltam-se algumas mudanças de atuação da PF com relação às operações realizadas em 2017. A primeira delas é o fato de as operações contra os crimes fazendários ficarem em primeiro lugar no número de operações deflagradas, indicando uma maior demanda ou predileção na seletividade de combate ao crime por parte da PF. Ainda que represente quase o mesmo percentual do ano anterior (23%), o combate ao tráfico de drogas ficou em segundo lugar, deixando de assumir o primeiro nas operações. Além disso, os crimes

contra desvio de recursos públicos passaram a figurar na quinta posição, com apenas 7% do total de operações, com uma clara diminuição de operações com relação ao ano anterior, quando era responsável por 14% do total.

Com base nas categorias e números apresentados no relatório, foram comparadas as publicações sobre as ações e operações da PF nas três mídias sociais em foco neste estudo em 2018, conforme a tabela a seguir:

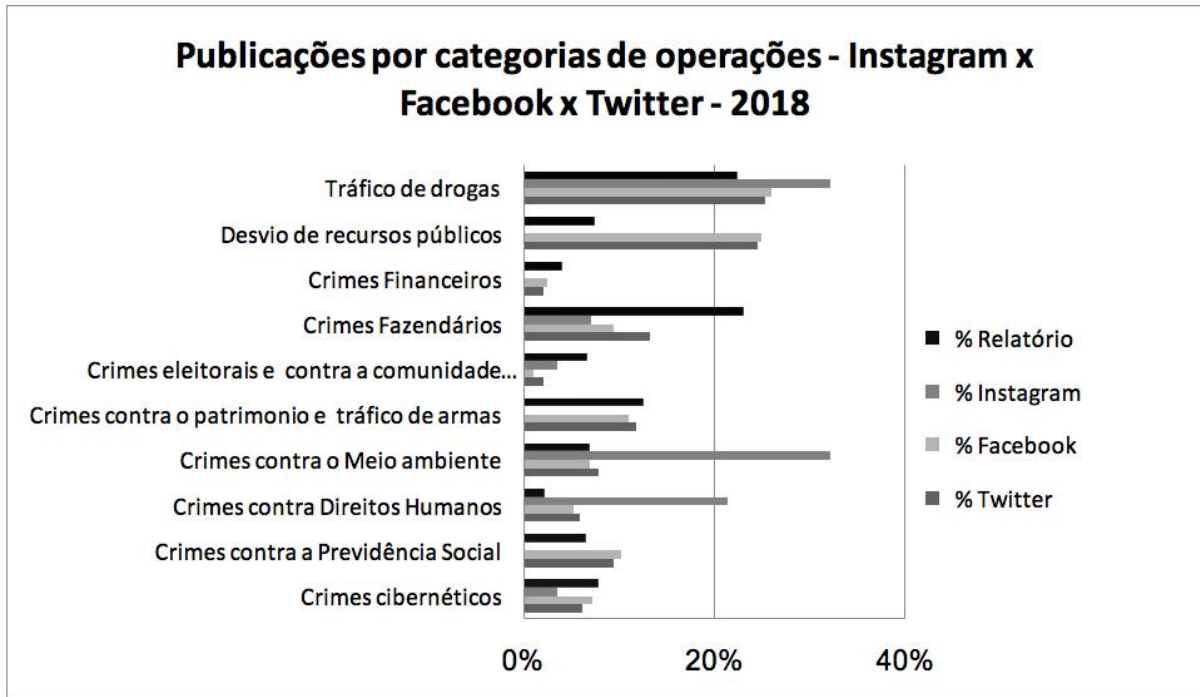
Tabela 6 - Publicações sobre as Operações no *Instagram* x *Facebook* x *Twitter* – 2018

Foco das operações	Operações Relatório		Publicações Instagram		Publicações Facebook		Publicações Twitter	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Crimes Fazendários	349	23%	2	7%	34	9%	52	13%
Tráfico de drogas	339	22%	9	32%	94	26%	99	25%
Crimes contra o patrimônio e tráfico de armas	191	13%	0	0%	40	11%	46	12%
Crimes cibernéticos	119	8%	1	4%	26	7%	24	6%
Desvio de recursos públicos	112	7%	0	0%	90	25%	96	25%
Crimes contra o Meio ambiente	104	7%	9	32%	25	7%	31	8%
Crimes eleitorais e contra a comunidade indígena	102	7%	1	4%	4	1%	8	2%
Crimes contra a Previdência Social	100	7%	0	0%	37	10%	37	9%
Crimes Financeiros	61	4%	0	0%	9	2%	8	2%
Crimes contra Direitos Humanos	33	2%	6	21%	19	5%	23	6%
Total	1510	100%	28	X	361	X	391	X

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Relatório de gestão do exercício de 2017 – Polícia Federal. Perfil oficial da Polícia Federal no *Instagram*, no *Facebook* e no *Twitter*.

A Tabela 6 compreende apenas as publicações sobre ações e operações da PF em 2018, não o total de publicações nas mídias. Em comparação com o ano de 2017, verifica-se que as três mídias apresentaram drástica redução do número de publicações sobre as operações. O Gráfico 2, a seguir, possibilita a melhor visualização por categorias de crimes, comparando os percentuais no relatório de gestão e os percentuais em cada uma das mídias sociais em 2018:

Gráfico 2 - Percentual de operações realizadas x Percentual de publicações no *Instagram* x *Facebook* x *Twitter* – 2018



Fonte: Elaborado pela autora a partir de Relatório de gestão do exercício de 2018 – Polícia Federal. Perfil oficial da Polícia Federal no *Instagram*, no *Facebook* e no *Twitter*.

Como as categorias de operações nos relatórios dos dois anos foram as mesmas, esta também foi a categorização das publicações nas mídias sociais, diferenciando-se apenas na ordem de apresentação nos gráficos e na tabela, visto que foram organizadas de acordo com a prioridade nos relatórios em cada ano. Mesmo com a redução de publicações, algumas características gerais se mantiveram nos dois anos, como a prevalência de publicações sobre meio ambiente e Direitos Humanos acima da proporção dos relatórios, principalmente no *Instagram*. Porém, algumas mudanças substanciais também foram observadas nos dois anos. As informações sobre cada uma das redes serão abordadas a seguir.

3.2.2.1 Instagram

Em 2018, foram realizadas 235 publicações no perfil oficial da PF no *Instagram*. Isto representa menos de 40% das publicações realizadas no ano anterior, indicando, assim, como nas outras mídias sociais, uma diminuição ou uma mudança de estratégia da Assessoria de Comunicação da PF de 2017 para 2018. Ainda que o objeto deste trabalho não abarque as interações dos usuários, inicialmente, a diminuição de publicações indica uma estratégia de atuação na comunicação da instituição, já que a média de curtidas, por publicação, no *Instagram* quase dobrou de um ano para o outro, passando de 4.589 em 2017 para 9.005 em 2018. No entanto, essa suspeita precisa ser bem mais investigada em estudos posteriores. As publicações

sobre operações realizadas pela PF no *Instagram* também foram drasticamente reduzidas, se comparadas ao ano anterior. Enquanto em 2017 eram 84 (14% do total), em 2018 foram feitas 28 (12% do total) publicações sobre as ações ou operações realizadas pela PF, de acordo com as categorias de crimes combatidos apresentados nos relatórios de gestão. Em 2018, todas as publicações sobre as operações no *Instagram* tiveram apenas um tema principal de destaque, evitando que a mesma publicação fosse relacionada em duas categorias.

Computando os dois relatórios e as publicações dos anos de 2017 e 2018, constata-se que, em regra, as publicações no *Instagram* não seguem as mesmas proporções das operações realizadas pela PF. Isto indica que as prioridades da equipe de comunicação são diferentes das prioridades (ou demandas) de atuação da instituição no combate aos crimes, representada no número de operações deflagradas.

Em um primeiro momento, verifica-se, novamente, em 2018, a predominância de publicações de crimes contra o meio ambiente e crimes contra os direitos humanos, em percentuais muito superiores aos das operações nos relatórios de gestão. Salienta-se a intenção da Assessoria de Comunicação em fortalecer a imagem da PF no combate a estas categorias de crimes, apesar de não representem as proporções reais de atuação. Não obstante, acentuou-se a discrepância com relação às ações de combate ao tráfico de drogas, que, junto com os crimes contra o meio ambiente, lideram as publicações sobre operações em 2018. Nenhuma das publicações de combate aos crimes contra direitos humanos no *Instagram* indica diretamente a realização de operações. No entanto, elas apontam a repressão da PF a esse tipo de crime, como publicações de combate ao trabalho escravo. Elas foram categorizadas neste formato e não apenas como frases motivacionais ou informativas, porque são mais diretas e incisivas com relação aos objetivos da publicação, de repressão a esse tipo de crime, ainda que não indiquem ações efetivamente realizadas pelo órgão naquele momento.

Outra observação relevante se refere aos crimes de desvio de recursos públicos, que tiveram destaque na página em 2017, enquanto o seu papel em 2018 foi nulo, com nenhuma publicação específica sobre o tema. Nesse sentido, ainda que as megaoperações de combate à corrupção, como a operação Lava Jato, tenham conferido grande destaque à PF nas mídias tradicionais nos últimos anos, no *Instagram* o combate à corrupção não obteve qualquer destaque. Em um primeiro olhar, essa parece ter sido uma opção estratégica apenas para *Instagram*, já que no *Facebook* e no *Twitter*, as publicações sobre corrupção foram bem mais significativas. As ações de combate aos crimes financeiros, crimes contra o patrimônio e o tráfico de armas, e crimes contra a previdência social também não tiveram nenhuma publicação no *Instagram* em 2018.

Em consonância com a teoria bourdieusiana, pode ter ocorrido também uma reestruturação do campo de forças, com a opção do agente em reconfigurar os seus capitais e as disputas com outros agentes. Ao deixar de priorizar as operações e as publicações nas redes contra os crimes de desvio de verbas públicas e de corrupção, a PF opta por afastar os holofotes trazidos pela operação Lava Jato e as relações, seja de cooperação, seja de disputa, com o Ministério Público Federal, buscando novos espaços de atuação institucional. Esses novos espaços podem se relacionar à atuação contra crimes fazendários, com destaque nas suas operações, ou mesmo à atuação contra crimes que envolvem o meio ambiente, um dos destaques das publicações de ações pelo *Instagram*.

3.2.2.2 Facebook

Em 2018, foram feitas 570 publicações no perfil da Polícia Federal (PF) no *Facebook*. Assim como ocorreu em 2017, percebe-se uma quantidade muito maior de publicações no *Facebook* do que no *Instagram* em 2018, representando quase o dobro de postagens. No entanto, a média geral de publicações no Facebook também sofreu forte redução em comparação ao ano anterior. Especificamente sobre ações e operações da PF no combate a crimes, foram feitas 361 publicações (63%), percentual muito superior ao encontrado no *Instagram* sobre as operações e semelhante à proporção de publicações deste tipo no *Twitter*, como será abordado em seguida.

Em 2018, os dois destaques de publicações sobre operações da PF foram contra o tráfico de drogas e contra desvio de recursos públicos, este bem superior aos percentuais de operações realizadas. As publicações sobre o tráfico de drogas já eram expressivas em 2017 na rede, mas, em 2018, ultrapassaram o percentual de operações realizadas. Além disso, assim como nas demais mídias, em 2018 as publicações sobre crimes fazendários foram bem menos significativas do que as operações efetivamente realizadas, conforme o relatório de gestão, indicando, novamente, que a divulgação dessas atividades não foi prioridade na comunicação do órgão em 2018.

3.2.2.3 Twitter

Em 2018, foram feitas 597 publicações no perfil da Polícia Federal (PF) no *Twitter*. Especificamente sobre ações e operações da PF no combate a crimes, foram feitas 391 publicações (65%). Proporcional e numericamente, essa foi a rede social da PF com mais

publicações sobre as operações de combate a crimes nos dois anos. No entanto, também foi a mídia social que teve maior queda de publicações de um ano para o seguinte, já que em 2018 foram feitas apenas 25% do total de publicações de 2017 no *Twitter*.

No perfil da PF no *Twitter*, em 2018, manteve-se a tendência de destaque das operações de combate à corrupção e desvio de recursos públicos, embora tenha sofrido uma queda percentual (31% em 2017 e 25% em 2018 do total de publicações sobre operações no *Twitter*). O combate ao tráfico de drogas que já estava em segundo lugar em 2017, assumiu a liderança de publicações sobre operações em 2018 no *Twitter*, com percentual maior que o de operações realizadas, conforme o relatório de gestão. Os crimes fazendários continuam com destaque, se comparados às outras duas mídias, mas menos significativos em relação ao ano anterior.

Assim como exposto nos dados do *Twitter* de 2017, muitas das operações divulgadas também possuem mais de uma publicação na rede. Nesse sentido, delitos em que o *modus operandi* é mais complexo, podem exigir uma explicação mais detalhada nas mídias, como crimes fazendários e crimes de desvio de recursos públicos. No entanto, essa suspeita precisa ser mais investigada em futuros estudos.

Ao observarmos as publicações sobre as operações da PF nas três mídias nos anos de 2017 e 2018, algumas considerações merecem ser feitas. Ainda que cada mídia implique diferenças significativas de perfil de publicações, seja pelo público que atinge, seja pelas ferramentas e limitações em cada uma delas, determinadas características gerais sobre o conteúdo das publicações de operações podem ser observadas.

Mesmo que todas as publicações desta categoria tenham como foco a divulgação de operações da PF no combate a crimes, o destaque do texto, em regra, não remete à conduta delituosa, mas à própria ação da PF na operação, ressaltando a constante atividade de combate ao crime. Dessa forma, diferente do intuito de ressaltar a periculosidade dos agentes criminosos à sociedade, as mídias da PF priorizam o destaque a sua imprescindibilidade como instituição estatal, a partir da sua constante e da ininterrupta atividade de combate ao crime. O cerne da publicação não está no crime, mas na atuação da instituição. Os holofotes das mídias sociais se concentram no investigador e não no objeto de investigação. Dessa maneira, muitas das publicações sobre operações de combate a crimes sequer apresentam a conduta delitiva, mas somente a atividade da PF, como o cumprimento de mandados de prisão preventiva ou de mandados de busca e apreensão. A seguir, há alguns exemplos de publicações no *Twitter* que não indicam o crime na operação deflagrada:

Figura 4 - Exemplos de publicações de operações no *Twitter* que não indicam os crimes ou a conduta delituosa.

Data	Descrição	hashtags	categoria
14/09/2017	PF e @MPF_PGR deflagraram a #OpMalebolge, 12ª fase da #OpArarath, p/ cumprir mandados de busca expedidos pelo STF. https://t.co/WBpqTEnoyy https://t.co/8cuXn3UiHa	OpMalebolge OpArarath	Crimes fazendários
09/11/2017	#OpTorrentes: 260 policiais federais e 25 servidores da @CGUonline cumprem 36 mandados de busca, 15 de prisão temporária e 20 de condução coercitiva em PE e no PA. O nome torrentes faz alusão às enchentes que devastaram diversos municípios da mata-sul. https://t.co/Xywk1gGc2M https://t.co/TIM3EKQYBZ	OpTorrentes	Crimes de corrupção
08/12/2017	#OpCardiopatas: cerca de 120 policiais federais e 2 analistas de inteligência previdenciária , cumprem 12 mandados de prisão preventiva, 3 de prisão temporária, 15 de busca e apreensão e 20 de condução coercitiva no RJ. https://t.co/DE3eh1w1ef https://t.co/nIAyBiEYVI	OpCardiopatas	Crimes Previdenciários
10/05/2018	#OpMarraquexe é resultado de um trabalho em conjunto com o @MPF_PGR e contou com o apoio do @mmeioambiente. Policiais federais cumpriram 3 mandados de busca e apreensão na cidade de Macapá/AP. Saiba mais: https://t.co/lyGq3cnnN1 https://t.co/peKKCU3OYX	OpMarraquexe	Crimes contra o meio ambiente
26/06/2018	Cerca de 150 policiais federais cumprem 20 mandados de prisão preventiva e 20 mandados de busca e apreensão em João Pessoa, Campina Grande, Patos, São Bento, Paulista e Teixeira na deflagração da #OpDragõesDeFogo. Saiba mais: https://t.co/w9cA0soRQ9 https://t.co/Hmak1lareJ	OpDragõesDeFogo	Tráfico de Drogas
09/08/2018	Mais de 50 policiais federais dão cumprimento a 5 mandados de prisão preventiva e 8 mandados de busca e apreensão em SP, MG e GO. Saiba mais: https://t.co/4XbuhC47Wq https://t.co/ek20F2rj4f		Crimes contra Direitos humanos

Fonte: Elaborado pela autora a partir do Perfil oficial da Polícia Federal no Twitter.

Para cada uma das operações descrita na Figura 3, foi feita apenas uma publicação, ou seja, essa foi a única informação publicada na rede sobre aquela operação, destacando a ação da PF na ocasião. Somente foi possível descobrir a categoria do crime combatido, na operação em foco, com uma busca mais detalhada na internet ou pelo próprio *link* indicado na publicação. Contudo, mesmo quando são verificadas diversas publicações sobre a mesma operação (o que ocorre principalmente no *Twitter*), o foco da mensagem está na atividade da PF e não no delito praticado.

Em regra, as publicações indicam ação e mobilização de pessoal e de capacidade técnica, como o número de policiais envolvidos na operação e em parcerias firmadas. As expressões mais utilizadas indicam ação, tanto em segunda pessoa (a PF investiga, apurou, cumpre, combate, desarticula, foram conduzidos etc.), quanto em terceira pessoa do plural (prendemos, apreendemos, deflagramos, combatemos etc.).

Nesse sentido, há um distanciamento das noções de pânico moral (MISKOLCI, 2007; LEMOS; BARROS, 2018), bem como de indústria penal e “estado de justiça criminal” (GARLAND, 2017; BOLDT, 2013), visto que são raros os elementos nas publicações que instigam o medo e a indignação social. Miskolci (2007) destaca que há uma disputa pela determinação dos valores e das normas sociais, de forma que os pânicos morais catalisam os medos já existentes na sociedade e os potencializam através da promoção por grupos sociais. O pânico moral se caracteriza com a desproporcional preocupação com determinado

acontecimento, superior ao perigo que realmente representa e acompanhado de reações coletivas também desproporcionais (MISKOLCI, 2007). Por conseguinte, os departamentos de polícia podem transformar esses temores já existentes em uma questão atual de suposta resolução urgente, como um pânico moral, a fim de promover mudanças ou melhorar seu *status* na sociedade (MISKOLCI, 2007).

Todavia, o discurso moralizante, característica das ondas de pânico moral, não foi observado nas mídias sociais da PF, porquanto a atuação da instituição foi o elemento de destaque. Os elementos de estigmatização de algumas identidades, característicos das ondas de pânico moral (LEMOS; BARROS, 2018) também não estão visivelmente presentes nas publicações, pois não constam imagens dos investigados pela instituição e raramente são descritas as características dos supostos agentes delituosos. Mesmo os valores apresentados nas frases motivacionais, como serão apresentados em seguida, não possuem o intuito de reforçar um discurso moralizante tido como verdadeiro, mas de transmitir os elementos de ação da instituição e reforçar a lógica de incentivo e motivação pessoal dos seguidores da página.

Esse deslocamento pode representar uma mudança das tradicionais representações do policiamento, ou um distanciamento da PF da representação das demais instituições policiais. Se antes os temas de lei e ordem eram a “matéria-prima básica da reportagem noticiosa” (REINER, 2003, p. 204), atualmente, a construção da imagem que a PF quer transmitir é outra, distante dos sensacionalismos e do discurso moral.

3.3 OS CAPITAIS NAS MÍDIAS SOCIAIS

Dos capitais apresentados por Bourdieu em várias de suas obras, alguns ganham destaque nas publicações da Polícia Federal (PF) nas mídias sociais. As publicações indicam um interesse em demonstrar o emprego desses capitais pela instituição, principalmente o capital cultural e o capital econômico. Alguns capitais que são efetivamente empregados pela instituição não encontrarão reflexo nas mídias sociais, como o capital político. No entanto, a opção por enfatizar alguns aspectos institucionais demonstra o interesse da PF em ratificar o seu posicionamento no campo de forças, reforçando assiduamente os capitais em suas redes.

Inicialmente, as publicações foram divididas entre as que representam ações ou operações no combate aos crimes; publicações em que o foco é a estrutura da PF, como agentes, veículos, prédios etc.; publicações sobre os treinamentos e a Academia Nacional de Polícia, e demais publicações na categoria “remanescentes”. A categoria “remanescentes”, que representa a maioria das publicações, será aprofundada no tópico seguinte sobre as demais estratégias de

comunicação adotadas pela instituição. Ela engloba frases motivacionais, orientações de saúde, notas de pesar, notas sobre datas comemorativas etc. Por enquanto, cumpre observar que cerca de 70% de todas as publicações no *Instagram*, 40% de todas as publicações no *Facebook* e 22% das publicações no *Twitter* não se referem às operações, aos treinamentos, nem à estrutura da PF. A tabela, a seguir, traz um panorama geral das publicações:

Tabela 7 - Publicações do *Instagram*, *Facebook* e *Twitter* por categoria principal – 2017 e 2018

Publicações	Instagram				Facebook				Twitter			
	2017		2018		2017		2018		2017		2018	
	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%
Operações	85	14%	29	12%	435	38%	361	63%	1551	65%	391	65%
Treinamento	47	8%	17	7%	49	4%	14	2%	57	2%	13	2%
Estrutura	67	11%	30	13%	152	13%	40	7%	274	11%	44	7%
Remanescentes	394	66%	159	68%	511	45%	155	27%	513	21%	149	25%
Total	593	100%	235	100%	1147	100%	570	100%	2395	100%	597	100%

Fonte: Elaborado pela autora a partir do Perfil oficial da Polícia Federal no *Instagram*, no *Facebook* e no *Twitter*.

As publicações sobre treinamentos e sobre as estruturas são as que mais configuram expressões de mobilização de capital pela instituição, representando, respectivamente, os capitais cultural e econômico, conforme será apresentado no próximo tópico.

3.3.1 Capital Cultural: Conhecimento Técnico, Equipe Especializada E Treinamento Do Efetivo

A valorização do capital cultural pode ser observada nas publicações sobre cursos e treinamentos realizados pelo efetivo da PF e pelas publicações que indicam que a equipe está capacitada e possui conhecimento técnico para cumprir suas funções institucionais, as quais configuram um subgrupo das publicações sobre a estrutura da PF. Essas publicações indicam valores como o aperfeiçoamento das capacidades da instituição, a transmissão de conhecimento e a perícia no cumprimento de atividades institucionais, configurando a valorização do capital cultural da instituição.

No *Instagram*, ao longo dos dois anos, foram feitas 64 (8%) publicações sobre cursos e treinamentos e 26 (3%) publicações que enaltecem as capacidades técnicas da equipe da PF. Sobre a composição, do total de publicações no *Instagram* sobre o capital cultural empregado, 90% (81) delas, são apenas de imagens sem texto direto no *post*. O texto é apenas descritivo e

as imagens não caracterizam artes elaboradas, mas fotos dos agentes, dos veículos, ou dos edifícios da PF. Do total de publicações sobre o tema, 16 (17%) foram vídeos e 74 (87%) imagens, representando um percentual maior de vídeos que a média geral do perfil no *Instagram*, que é de 13%. Os vídeos transmitem ao interlocutor a mensagem de movimento, de ação, de atividade, que condiz com a informação sobre os treinamentos e as capacitações.

Ao verificarmos o teor das publicações no *Instagram* sobre os treinamentos realizados, constatamos que 84% delas trazem informações específicas sobre o curso de formação ou sobre a equipe que está se especializando, enquanto menos de 10% trazem informações genéricas, mencionando que as forças policiais da instituição estão realizando treinamentos ou cursos, sem especificar a equipe ou o tipo de treinamento. No *Facebook* e no *Twitter* as constatações se mantêm, ainda que proporcionalmente as publicações sobre treinamentos sejam menos significativas. Pelo *Facebook* foram feitas 63 publicações sobre treinamentos em 2017 e 2018, aproximadamente, 3% do total de publicações na rede social. Destas, 06 (10%) foram publicações genéricas e 57 (90%) delas com conteúdo específico. Pelo *Twitter* foram feitas 70 publicações sobre treinamentos nos dois anos, representando 2% do total de publicações. Deste grupo, apenas 08 delas continham conteúdo genérico sobre treinamentos, de forma que 62 (88%) indicavam o tipo de treinamento realizado ou a equipe participante.

Apesar de as publicações genéricas não especificarem o tipo de treinamento, possuem o condão de transmitir aos receptores a mensagem de que a equipe da PF está em constante aperfeiçoamento e de que se configura como uma instituição importante para o Brasil. Na próxima Figura, há alguns exemplos de publicações genéricas sobre os treinamentos realizados:

Figura 5 - Exemplos de publicações genéricas sobre treinamentos – *Instagram* - 2017 e 2018

Data	Post	Descrição
30/06/2017	imagem sem texto	Treinamentos diferenciados, equipamentos e, sobretudo, policiais dedicados. #boanoite #aquiépf #somostodospf #euconfionapf
16/07/2017	imagem sem texto	Um bom domingo e que venha segunda-feira!!! #sniper #domingo # treinamento
04/02/2018	imagem sem texto	E vamos aproveitar o domingo pois o #FDS passa voando! #BomDia # Treinamento #PF

Fonte: Elaborado pela autora a partir do Perfil oficial da Polícia Federal no *Instagram*. Grifo nosso.

Todavia, a clara preferência da instituição consiste em indicar a diversidade de cursos realizados e das equipes capacitadas, como forma de mostrar sua perícia técnica e ampla gama de atuações especializadas. Os grupos que realizam o treinamento podem ser o Comando de Operações Táticas (COT), Coordenação de Aviação Operacional (CAOP), Núcleo Especial de Polícia Marítima (Nepom), dentre outros. Os cursos realizados e informados nas redes também são variados, como treinamento de salto, treinamento de abordagem de veículos, treinamento de direção operacional, treinamento de tiro etc. A Figura a seguir apresenta alguns exemplos do teor de publicações sobre treinamentos com informações específicas:

Figura 6 - Exemplos de publicações específicas sobre treinamentos – *Instagram* -2017 e 2018

Data	Post	Descrição
20/04/2017	Imagem sem texto	Nossos mergulhadores em treinamento de recuperação de provas subaquáticas . Filtro utilizado: Água do mar #bomdia #AquiéPF #Treino
29/08/2017	Imagem sem texto	Foto tirada durante o curso de defesa pessoal realizado na ANP. #BoaNoite #ANP #Treinamento #Disciplina #IssoAquiéPF
27/10/2017	Imagem sem texto	Bom dia! Foto tirada durante o curso de operador de cães detectores de drogas na BR 060 #HojeéSextaFeira #K9 #Catiore #DF #IssoAquiéPF #SomosTodosPF
18/11/2017	Imagem sem texto	#Bomdia #Brasil! #Treino de #tiro , realizado em Santarém no #Pará. Um ótimo #sábado para todos! #SomosTodosPF #aPFnãoPara #training
02/02/2018	Imagem sem texto	Uma excelente #sexta, #Brasil! E que venha o #FDS #Treinamento de #salto com os operadores da #CAOP no #helicóptero AW139
26/02/2018	Imagem sem texto	#treinamento de #abordagem de #veículo , realizado pela #CAOP na Academia Nacional de Polícia - #ANP
09/05/2018	Imagem sem texto	Treinamento de Direção Operacional Off Road na Academia Nacional de Polícia #ANP.
31/07/2018	Imagem sem texto	Treinamentos do grupamento #antibomba da PF. #ExcelenteTerça #SomosTodosPF
10/12/2018	Imagem sem texto	Foto tirada durante a realização do #Curso de #Operações Rurais em Ambiente de #Caatinga.

Fonte: Elaborado pela autora a partir do Perfil da Polícia Federal no *Instagram*. Grifo nosso.

Com relação às publicações sobre a especialização e as capacidades técnicas das equipes da PF, referentes à estrutura da instituição e que não mencionam diretamente os treinamentos ou os cursos, elas também indicam especificamente a atividade realizada ou o grupo de atuação.

Em regra, o percentual sobre publicações de agentes especializados nas três redes sociais se manteve em, aproximadamente, 3%, conforme quadro geral do Anexo B deste trabalho. Adiante, seguem alguns exemplos desse perfil de publicação no *Instagram*:

Figura 7 - Exemplos de publicações sobre as capacidades técnicas dos agentes da PF – *Instagram* - 2017 e 2018

Data	post	Descrição
11/01/2017	Imagem sem texto	A principal defesa do Atirador Tático de Precisão é a camuflagem e ocultação. Um treinamento diferenciado envolve técnicas de caça, observação, além de tiros em várias condições. #bomdia #Combate #AquiéPF #AquiéPF #Selva #COT #CAOP #atiradortático #GPI #PF #PolíciaFederal #Brasil #sniper #TirodePrecisão
06/04/2017	Imagem sem texto	A CAOP é responsável por promover o apoio aéreo às atividades da PF, destacando-se o suporte aéreo armado para a localização, reconhecimento e destruição de áreas produtoras de drogas ilícitas, destruição de pistas de pouso clandestinas, patrulhamento de fronteiras, reconhecimento e delimitação de áreas objeto de crimes ambientais, dentre outras funções. #bomdia #CAOP #somostodospf #euconfionapf #helicopter
24/04/2017	Imagem sem texto	Nossos papiloscopistas conseguem captar e revelar impressões digitais deixadas pelo criminoso nas mais variadas situações. Um trabalho fundamental para o sucesso de muitas investigações. #Somostodospf #Papiloscopia #investigation #csi
18/10/2017	Imagem sem texto	A perícia de balística pode fornecer dados sobre a eficácia do funcionamento de uma arma, recuperar a numeração de série que tenha sido raspada, estimar a distância do tiro, entre muitas outras coisas. É fundamental para a investigação de vários crimes 😊 #Perícia #INC #CSI #EuConfionaPF
13/11/2017	Imagem sem texto	A Polícia Federal designa peritos especializados para atender a qualquer ocorrência de ameaça de bomba, entre outras atividades correlatas, como varreduras de segurança, perícias de pós-explosão e o planejamento da segurança antibomba em grandes eventos nacionais e internacionais. #BoaNoite #Pericia #GrupoAntibomba #EuConfionaPF
23/04/2018	Imagem sem texto	O Grupo de Pronto Intervenção - GPI da PF foi idealizado para atender demandas de operações com foco em intervenções antiterrorismo e segurança de dignitários sob alto risco. Nosso primeiro GPI foi criado em abril de 2008 em São Paulo. #SomosTodosPF
29/09/2018	Imagem sem texto	Núcleo Especial de Polícia Marítima 🚢 #bom #sábado #policiafederal #police #NEPOM #boat #jetboat #operacoesespeciais #specialops

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Perfil da Polícia Federal no *Instagram*. Grifo nosso.

Com as publicações sobre treinamentos e cursos realizados, a PF promove a valorização do seu capital cultural, empregado e mobilizado na sua atuação como instituição. O saber policial é ainda reforçado com a especificação dos cursos e dos grupos especializados, revelando a preocupação em informar os diversos âmbitos de atuação da PF, indicando capacidade de atuação, ampla gama de atividades desenvolvidas no combate à criminalidade e à transmissão do conhecimento *intra* institucional . Além disso, essas publicações são constantemente acompanhadas de *hashtags* que indicam competência e perícia, como *#perícia*, *#csi*, *#investigação*.

3.3.2 Capital Econômico – Estrutura Da Polícia Federal

O capital econômico também é constantemente valorizado nas publicações, principalmente as que se referem à estrutura da Polícia Federal (PF). As publicações sobre a estrutura da PF têm como objetivo indicar que a instituição está bem equipada para desempenhar as suas funções. Assim, elas podem se referir aos equipamentos tecnológicos utilizados, veículos de diversos tipos, desde carros antigos a helicópteros, equipes de profissionais capacitados para desempenhar funções específicas, locais ou prédios da PF, dentre outros. Inicialmente, as publicações que tratam sobre a estrutura da PF foram divididas em: edifícios; veículos; equipe; equipamentos; serviços parcerias e eventos; e redes sociais.

Considerando que as redes sociais se configuram como uma extensão on-line da instituição, algumas publicações possuem uma chamada específica para angariar seguidores nos perfis oficiais da PF nas redes sociais. Diversas publicações de outras categorias também fazem esse apelo para que os seguidores curtam e sigam as páginas da PF nas redes, ainda que o foco da publicação seja outro. Logo, uma publicação sobre veículos pode conter também uma chamada sutil para acompanhar as mídias sociais, como uma *hashtag* “#curta”, mesmo se a sua principal informação seja outra. Aqui foram consideradas as publicações que possuem como objetivo específico e principal o convite para que os seguidores acompanhem a PF nas mídias sociais, sem outros elementos de maior destaque.

Como exposto na Tabela 3, cerca de 11% do total de publicações, nas três mídias, tem como tema principal a estrutura da PF. No entanto, nem todas as publicações sobre a estrutura da PF representam a valorização do seu capital econômico. As publicações sobre a equipe técnica, ainda que integrem a estrutura da PF, configuram a valorização do capital cultural e foram analisadas no tópico anterior. As publicações que se referem aos serviços prestados pela PF e as direcionadas às redes sociais também caracterizam o direcionamento para a estrutura da PF, mas não representam o capital econômico. Configuram, então, a valorização do capital econômico as publicações que têm como foco a exposição dos veículos, edifícios e equipamentos, pois neles foram despendidos recursos ou representam investimentos financeiros da PF.

Dessa forma, tratam especificamente da valorização do capital econômico. No *Instagram* foram feitas 46 (5% do total) publicações ao longo dos dois anos, dos quais 54% tratam sobre veículos, 39% sobre edifícios da PF e 7% sobre equipamentos tecnológicos para perícia. No *Facebook* foram 75 (4% do total) publicações sobre o capital econômico mobilizado, sendo 34 (45%) sobre edifícios, 27 (36%) sobre veículos e 14 (18%) sobre

equipamentos. No *Twitter* foram feitas 84 (3% do total) publicações desta categoria, de forma que 22 (26%) foram sobre edifícios, 29 (34%) foram sobre veículos, e 22 (26%) sobre equipamentos,

As publicações sobre os edifícios podem indicar os prédios atualmente utilizados, os recém-inaugurados, ou os que representam a história da instituição. Essas publicações possuem duas finalidades diretamente assinaladas: demonstrar a extensão da atuação da PF no Brasil, indicando os edifícios em diversos locais do país; e indicar as qualidades ou aspectos característicos dos edifícios, como a sua história ou as características de construção, como a sustentabilidade. Alguns exemplos a seguir:

Figura 8 - Exemplos de publicações sobre os edifícios da PF – *Instagram* - 2017 e 2018

Data	Post	Descrição
13/01/2017	Imagem sem texto	Nossa base do NEPOM em Santa Catarina! Um ótimo dia! #AquiéPF #SomosTodosContraoCrime #PoliciaFederal #SomosTodosPF #Nepom #PF #Brasil #mar #SantaCatarina
02/05/2017	PF inaugura a sede da nova delegacia na cidade de Barreiras/BA	Na manhã de quinta-feira (27/4) inauguramos a sede da nova delegacia na cidade de Barreiras/BA . O prédio conta com 365m ² de área construída, contemplando espaço para atendimento ao público, cartório, núcleo de operações, depósitos, custódia e todas as facilidades necessárias às atividades da Polícia Federal. #AquiéPF #somostodospf #EuConfionaPF #police #federal
05/07/2017	Imagem sem texto	Essa é a Superintendência de Polícia Federal do Acre! Um prédio sustentável, com piso de pneu reciclado, reuso de água da chuva em banheiros, sistema de climatização de baixo consumo energético, entre outras coisas! #bomdia #sustentabilidade #pfsustentável #pelanatureza #somotodospf
21/07/2017	40 anos Ed Sede. Mascara Negra	40 anos do edifício sede da Polícia Federal . Uma história preservada e construída por todos. #UmLegadodeTodos #Dedicação #40anos
08/02/2018	Imagem sem texto	#Bomdia #Brasil! #Ponte da #Amizade vista da nossa #base Beira Foz , às margens do #Rio #Paraná em Foz do Iguaçu!

Fonte: Elaborado pela autora a partir do Perfil da Polícia Federal no *Instagram*. Grifo nosso.

Considerando as três mídias, a maioria das publicações que indicam o capital econômico é de veículos da PF (40%). Destaca-se que no perfil do *Instagram*, de todas as publicações realizadas nos dois anos, cerca de 35% delas possui veículos na composição da imagem como elemento principal, seja o veículo sozinho, seja com agentes ou cachorros na composição da imagem, indicando a importância desse elemento na mensagem transmitida pela comunicação da PF. As publicações específicas com foco sobre veículos possuem, em regra, duas vertentes, uma técnica, demonstrando a capacidade do veículo ali apresentado, e outra sentimental, com um apelo aos apaixonados por carros e pela história que determinado veículo representa para a instituição e para o combate ao crime. As publicações com informações técnicas trazem dados detalhados sobre o veículo, como no exemplo a seguir:

23/05/2018 – Imagem sem texto. Descrição:

#BomDia #Brasil

Vamos conhecer o nosso #helicóptero AW-139!

#Emprego: #transporte de pessoal, #carga, #patrulhamento, apoio aéreo armado, #resgate, infiltração e exfiltração de equipes em locais de difícil acesso.

#Autonomia: 4h40

#Velocidade de Cruzeiro: 259km/h

#Alcance: 1.222km

#Peso máximo de decolagem: 6.800 kg

#Capacidade de Carga Externa: 2.400 kg

#Capacidade de Pessoas a bordo: 15 passageiros + 2 pilotos

#Armamento: 02 MAG 52F

#Tripulação: 02

Fonte: Perfil da Polícia Federal no *Instagram*.

Elas podem, ainda, apelar aos sentimentos dos receptores da mensagem e da história dos veículos, como uma estratégia de aproximação constantemente utilizada pela PF. Assim, os veículos representam mais do que instrumentos técnicos no combate aos crimes, mas efetivamente integram a história da instituição. Essa é a mensagem transmitida com este tipo de publicação nas redes sociais, conforme os próximos exemplos:

Figura 9 - Exemplos de publicações sobre os veículos – *Instagram* - 2017 e 2018

Data	Post	Descrição
12/05/2017	Imagem sem texto	Essa carreta já transportou muita história ... #boanoite #finaldesemana #descanso #euconfionapf
18/09/2017	Imagem sem texto	São 73 anos de muita história de combate ao crime! Bom dia, Brasil!! #viatura #Relíquia #historia #fusca #bomdia #SomosTodosPF #carros #car #history #goodmorning
30/09/2017	Imagem sem texto	Para os #apaixonados por #carros . Nossa #reliquia , #Chevrolet #Veraneio. Essa já combateu muito o crime!! #bomdia #clássico #passado #viatura #automóvel
29/10/2017	Imagem sem texto	Viaturas que retratam a nossa história . #BoaNoite #Viaturas #Relíquias #PF73anos #UmLegadodeTodos
15/07/2018	Imagem sem texto	Essa #reliquia faz parte da nossa #história . Um ótimo #domingo para todos! #BomDia #Brasil #Fusca #ApaixonadosporCarros

Fonte: Elaborado pela autora a partir do Perfil da Polícia Federal no *Instagram*. Grifo nosso.

Dessa forma, o capital econômico mobilizado pela PF, fora das redes sociais, é frequentemente valorizado, seja com o apelo técnico às capacidades dos investimentos empenhados, seja com o apelo emocional ao que representa a história institucional de PF.

3.4 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

3.4.1 Composição Das Imagens No Instagram

Neste tópico será analisado a composição das imagens das publicações da Polícia Federal (PF) no *Instagram* em 2017 e 2018. Como a coleta de dados nas mídias sociais é extensa e restrita às limitações de cada rede, apenas pelo *Instagram* foi possível aferir informações sobre a composição das imagens. Nos dois anos, 76% das publicações no *Instagram* foram de imagens sem texto na composição, apenas com o texto descritivo, enquanto 24% possuem alguma mensagem escrita diretamente na publicação. A opção por publicar imagens não é habitual na comunicação das instituições, que, normalmente, divulgam artes elaboradas para transmitir sobriedade e qualidade nas mídias. A divulgação de imagens apenas com uma foto, aparentemente sem tratamento, assemelha o perfil da PF a um perfil pessoal. Esse padrão é comum dos perfis populares do *Instagram*, como os perfis das blogueiras, que transmitem informações direcionadas ao consumo e, supostamente, mantêm a aparência de publicações caseiras. Esta pode ser uma técnica de aproximação dos seguidores, mostrando que a PF é “gente como a gente” e não uma instituição fria e distante da população. Inicialmente, destacamos os principais elementos constitutivos das imagens ou vídeos nos dois anos

analisados. A tabela, a seguir, traz as categorias iniciais, cujos alguns dos elementos podem estar simultaneamente na mesma imagem:

Tabela 8 - Principais componentes das imagens ou vídeos no *Instagram* - 2017 e 2018

Composição das imagens	2017		2018		Soma	
	nº	%	nº	%	nº	% total
Agentes	301	51%	104	44%	405	49%
Veículos	211	36%	80	34%	291	35%
Arte	101	17%	35	15%	136	16%
Cães	56	9%	35	15%	91	11%
Locais	24	4%	3	1%	27	3%
Bandeira ou Brasão	13	2%	3	1%	16	2%
Robô	1	0%	0	0%	1	0%
Total	593	100%	235	100%	828	100%

Fonte: Elaborado pela autora a partir do Perfil da Polícia Federal no *Instagram*.

Sobre a composição das imagens no *Instagram*, quase metade delas (49%) possui um ou mais agentes como elemento de destaque, sejam sozinhos, sejam com veículos ou cães. Isso também é um elemento de aproximação, de identificação dos usuários com os agentes da PF e com a própria instituição. Contudo, os agentes raramente mostram o rosto nitidamente, de forma que nas imagens os agentes frequentemente estão de lado, de costas, ou com algum aparato que dificulte a identificação total, como mostra o exemplo:

Figura 10 - Publicação com a imagem de um agente da Polícia Federal no *Instagram*.



Fonte: Perfil da Polícia Federal no *Instagram*, publicada em 14 de março de 2018.

Os veículos estão presentes em 35% do total nas imagens. Ou seja, ao menos uma a cada três publicações contém veículos da PF como elemento da imagem, indicando sua forte valorização pela Instituição. A presença dos veículos, não apenas como elemento constante nas imagens, mas como o foco das publicações foi analisada no tópico anterior sobre a valorização do capital econômico pela instituição. As publicações de artes configuram imagens ou vídeos elaborados pela equipe de comunicação, como ilustrações ou vídeos editados que exigem maior atenção técnica para a sua produção. As imagens com a Bandeira do Brasil ou o Brasão da PF transmitem a informação de que a instituição está alinhada com os valores brasileiros e o fortalecimento da PF como instituição.

3.4.2 Estratégias De Linguagem

As estratégias utilizadas pela Polícia Federal (PF) nas mídias sociais, que são habituais nas redes sociais, fogem aos padrões tradicionalmente utilizados na comunicação de instituições, que, normalmente, buscam prestar contas das atividades, realizadas e transmitir a informação de sucesso de seus objetivos.

Um estudo realizado sobre a estratégia de comunicação utilizada no *Twitter* pela polícia de Toronto, no Canadá, apurou que a instituição utilizou de estratégias diferentes das tradicionais para a sua comunicação com o público (SCHNEIDER, 2016). Além das informações sobre crimes e profissionalismo da polícia, que aqui podem ser entendidos como as publicações sobre operações e capital cultural, os agentes policiais divulgaram *tweets* sobre esportes, conteúdos de humor e atividades realizadas no tempo de folga, não relacionados à atividade policial. Essas estratégias possuem o intuito de reforçar a imagem do policial como uma pessoa “comum”, diminuindo a aparência de relação autoritária (SCHNEIDER, 2016). A PF em suas mídias sociais também diversificou suas estratégias como forma de adquirir maior engajamento e transmitir uma imagem mais próxima dos seus seguidores.

Conforme exposto na Tabela 3, 67% (553) das publicações não se referem às operações, nem à estrutura da PF, nem aos cursos e treinamentos realizados pelos agentes. As publicações desta categoria serão, aqui, denominadas de “outros”, e são de grande importância para a compreensão da estratégia de atuação da PF nas redes. As publicações remanescentes foram divididas em frases motivacionais (citações, frases afirmativas e votos institucionais); K9; datas comemorativas; publicações com informações de saúde; notas de pesar; e

informações turísticas. Algumas publicações podem integrar duas categorias simultaneamente. A próxima tabela apresenta as subcategorias que compõem as publicações remanescentes:

Tabela 9 - Publicações remanescentes no *Instagram*, *Facebook* e *Twitter* – 2017 e 2018

Remanescentes	Instagram						Facebook						Twitter					
	2017		2018		Soma		2017		2018		Soma		2017		2018		Soma	
	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%
Frases motivacionais - Votos	142	36%	56	34%	198	36%	165	32%	43	28%	208	31%	170	33%	55	35%	225	34%
Frases motivacionais - Afirmativas	86	22%	39	24%	125	22%	68	13%	31	20%	99	15%	87	17%	28	18%	115	17%
Frases motivacionais - Citações	90	23%	31	19%	121	22%	139	27%	27	17%	166	25%	151	30%	26	17%	177	27%
K9	45	11%	30	18%	75	13%	46	9%	28	18%	74	11%	54	11%	29	19%	83	12%
Datas comemorativas	35	9%	11	7%	46	8%	74	14%	24	15%	98	15%	53	10%	21	14%	74	11%
Saúde	24	6%	4	2%	28	5%	18	4%	0	0%	18	3%	30	6%	3	2%	33	5%
Nota de pesar	0	0%	2	1%	2	0%	0	0%	2	1%	2	0%	1	0%	2	1%	3	0%
Turismo	0	0%	1	1%	1	0%	1	0%	0	0%	1	0%	1	0%	0	0%	1	0%
Total	394	100%	163	100%	557	100%	511	100%	155	100%	666	100%	511	100%	155	100%	666	100%

Fonte: Elaborada pela autora a partir do Perfil da Polícia Federal no *Instagram*, no *Facebook* e no *Twitter*.

Na categoria geral de frases motivacionais foram identificados três formatos distintos (votos, afirmativas ou citações) e indicam a presença de orações com um comando positivo, de incentivo e encorajamento aos usuários da página. As publicações de K9 foram assim denominadas, porque essa é a nomenclatura recorrente utilizada em todas as publicações que envolvem a equipe de atuação com cães da PF. Com menor expressividade, encontram-se as publicações sobre datas comemorativas, saúde, notas de pesar e turismo. Sobre informações turísticas, foi realizada apenas uma publicação em cada uma das mídias sociais, notas de pesar foram feitas apenas duas no *Facebook* e no *Instagram* e três no *Twitter*, ambas as categorias sem representatividade percentual no conjunto de dados. As datas comemorativas compreendem segmentos de diversos tipos, desde aniversários de cidade, feriados nacionais, e datas importantes para a história da PF, dentre outras datas de comemoração nacional ou internacional. As publicações sobre saúde constituem informações úteis relacionadas a hábitos saudáveis de vida e a conscientização sobre temas importantes, como as campanhas sobre novembro azul e outubro rosa.

3.4.3 Frases Motivacionais

As publicações de frases motivacionais constituem o cerne da estratégia da Polícia Federal (PF), principalmente no *Instagram*. Elas representam mais de metade do total de publicações nos dois anos nesta rede social e 80% das publicações remanescentes. No *Facebook* e no *Twitter* as frases motivacionais também possuem grande expressividade, representando,

respectivamente, quase 30% e quase 20% do total de publicações em cada uma das mídias. Das publicações remanescentes, elas representam mais de 70% nas três redes em foco neste estudo. São frases de cunho motivacional, de incentivo e de estímulo direcionada aos usuários da rede. Em regra, não trazem informações relevantes sobre a atuação da instituição e são mensagens com a linguagem orientada diretamente aos usuários. Seu objetivo não é transmitir informações sobre a atuação da PF ou de prestação de contas, mas de gerar engajamento na página, similaridade e empatia. Foram identificados três tipos de frases motivacionais com características específicas, embora as três tenham o mesmo objetivo de transmitir positividade: as citações, as frases afirmativas e as frases de votos institucionais.

As citações compreendem reproduções diretas de trechos de músicas, de poesias ou de frases de pessoas famosas, contemporâneas ou históricas. A maioria delas é acompanhada do nome do autor e algumas são apresentadas como “autor desconhecido”. A lista de autores também é bem diversificada, com nomes como Ana Vilela, Bruce Lee, Confúcio, Renato Russo, Mahatma Gandhi, Charles Chaplin, Muhammad Ali e outros.

Todas as frases reproduzidas no perfil possuem uma mensagem positiva, seja de reflexão, seja de ação. Frequentemente, elas também estão acompanhadas de votos como “bom dia” ou “boa noite”, mas o ponto central dessas publicações é a frase transcrita no texto. Elas transportam valores como disciplina, conhecimento, determinação, coragem, persistência, amizade, superação, união, simplicidade etc. Estão sempre relacionadas ao esforço e ao sucesso, à conquista e à realização dos sonhos.

Ainda que as citações não contenham informações diretas sobre a atividade da PF, elas transmitem constante e indiretamente os valores prezados pela instituição, associando a PF ao esforço contínuo e incansável na busca dos seus objetivos. A citação induz o receptor da mensagem a refletir sobre a sua própria vida, assimilando seu posicionamento à postura da PF. Ademais, as citações utilizadas são entendidas como “verdades universais”, dificilmente passíveis de conflitos ou indagações na rede e atraem engajamento sempre positivo dos que com ela concordam. Por mais que ela aparente ser uma estratégia despreziosa para os setores de comunicação das instituições, as citações carregam elementos importantes para o sucesso da PF nas mídias sociais. Na Figura, a seguir, seguem alguns exemplos:

Figura 11 - Exemplos de frases motivacionais - citações – *Instagram* -2017 e 2018

Data	Post	Descrição
15/03/2017	Imagem sem texto	"A solidariedade é o sentimento que melhor expressa o respeito pela dignidade humana." Franz Kafka #solidariedade #amoraoproximo #somostodospf #UmaAtitudeTransforma #love #solidarity
08/04/2017	Imagem sem texto	"Se você acreditar que uma coisa é impossível, você a tornará impossível." Bruce Lee Hoje está um lindo dia para lutar pelos nossos sonhos! #bomdia #sábado #determinação #força #luta #somostodospf #dreams #martialarts #brucelee #fighting
18/04/2017	Imagem sem texto	"Se quiser sobreviver e ser feliz, você precisa treinar, trabalhar e viver em equipe. " Augusto Cury #somostodospf #partner #boanoite
22/04/2017	Imagem sem texto	"Nenhum trabalho de qualidade pode ser feito sem concentração e auto-sacrifício, esforço e dúvida." Max Beerbohm #bomdia #AquiéPF #EuConfionaPF
04/07/2017	Imagem sem texto	"A vida, não é sobre chegar no topo do mundo e saber que venceu. É sobre escalar e sentir que o caminho te fortaleceu... " Ana Vilela #boanoite #somostodospf
17/07/2017	Imagem sem texto	"Procure ser uma pessoa de valor , em vez de procurar ser uma pessoa de sucesso. O sucesso é consequência." Albert Einstein #boanoite #somostodospf
12/08/2017	Imagem sem texto	"Nada se obtém sem esforço ; tudo se pode conseguir com ele." Ralph Waldo Emerson #fds #bomdia #somostodospf #IssoAquiéPF #determinação #esforço #determination #morning #saturday #goodmorning #police
24/08/2017	Imagem sem texto	" Disciplina é a ponte entre metas e realizações." Jim Rohn #BoaNoite #K9 #Treinamento #Disciplina #EuConfionaPF
26/10/2017	Imagem sem texto	"Você nunca vai cruzar o oceano se não tiver coragem de perder a costa de vista." Andre Gide #BoaNoite #NEPOM #SomosTodosPF
12/01/2018	Imagem sem texto	" Atitudes , porque palavras o vento leva." Machado de Assis #determinação #SomosTodosPF
23/04/2018	Imagem sem texto	"A adversidade desperta em nós capacidades que, em circunstâncias favoráveis, teriam ficado adormecidas". (Horácio) #SomosTodosPF #ExcelenteSemana
06/07/2018	Imagem sem texto	"A persistência é o caminho do êxito ". Charles Chaplin #policiafederal #SomosTodosPF #policialfederal #Brasil

Fonte: Elaborado pela autora a partir do Perfil da Polícia Federal no *Instagram*. Grifo nosso.

As frases afirmativas possuem a mesma expressividade percentual das citações no *Instagram* da PF e desempenham um papel de destaque na estratégia da instituição nas redes sociais. Elas ressaltam a constante atividade da PF, sem especificar a sua atuação naquele momento. O seu objetivo é transmitir as qualidades da instituição e dos seus agentes, como dedicação, trabalho, força, preparo, ação, energia e superação de obstáculos. A palavra de ordem, dessas publicações, é ação, indicando que a PF não para, está em constante movimento e atuação em todo o território nacional.

Duas noções são constantemente reforçadas nas publicações afirmativas da PF, as de extensão pelo território nacional e as de trabalho ininterrupto. Com essas publicações, há um reforço da ideia de que a PF atua em todo o Brasil, indistintamente, com expressões como “*por todo o Brasil*”, “*de leste a oeste*”, “*de norte a sul*”, “*do Oiapoque ao Chuí*”. Além disso, a ideia de atuação ininterrupta é frequente, com constantes expressões de “*24 horas por dias*”, “*7 dias por semana*”, “*de segunda a segunda*”, “*de domingo a domingo*”. Elas estão em sintonia com as principais *hashtags* utilizadas no *Instagram*: #aPFnãoopara, #PFemAção, #EuconfionaPF e #IssoAquiéPF. Frequentemente, elas também contêm votos de “bom dia” ou de “boa noite”, por exemplo, mas a sua principal função é afirmar que a PF está em ação. Algumas orações afirmativas são repetidas em mais de uma publicação ao longo dos dois anos, como a expressão “*incansáveis no cumprimento do dever*”.

As frases afirmativas, ainda que não apresentem elementos diretamente relacionados às atividades da PF, como as operações realizadas, possuem o intuito de afirmar a imagem da instituição, ratificando como uma instituição atuante e essencial para a sociedade. A linguagem direta e sem informações específicas facilita a transmissão da mensagem aos usuários, principalmente em mídias de usabilidade rápida como o *Instagram*.

A seguir, alguns exemplos desta subcategoria de publicações no *Instagram*:

Figura 12 - Exemplos de frases motivacionais - afirmativas - *Instagram* – 2017 e 2018

Data	Post	Descrição
02/02/2017	Imagem sem texto	A todo tempo em todo o Brasil #aquiépf #somostodoscontraocrime #somostodospf
17/08/2017	Imagem sem texto	Incansáveis no cumprimento do dever. #BoaNoite #IssoAquiéPF #EmTodoBrasil #SomosTodosPF
28/09/2017	Imagem sem texto	Preparo intelectual, equilíbrio psicológico e treinamentos constantes são fatores cruciais para o sucesso da corporação. #BoaNoite #COT #IssoAquiéPF #SomosTodosPF
29/10/2017	Imagem sem texto	Superar obstáculos para combater o crime! Essa é nossa paixão! #BomDia #NaMata #EmTodoLugar #EuConfionaPF
07/12/2017	Imagem sem texto	#Determinação, #disciplina e #união! A PF não para!!! Desejamos uma #boanoite! #IssoAquiéPF #GPI #EuConfionaPF #SomosTodosPF
23/12/2017	Imagem sem texto	24 horas por dia, 7 dias por semana, 365 dias por ano!!! A PF NUNCA PARA!! #bomdia #sabado #work #euconfionapf #saturday #goodmorning #police
30/01/2018	Imagem sem texto	Estamos sempre #preparados para atuar em ambiente de #selva e para ações que exijam #decisão, #comando, #coragem e interação com o meio, mesmo em condições físicas e psicológicas adversas. #Bomdia #Brasil
25/02/2018	a Polícia Federal nunca para #isso aquié PF	De #leste a #oeste de #norte a #sul! #24Horas por #dia! a PF não para nunca!!
22/03/2018	Imagem sem texto	Sempre fortes, destemidas e prontas para qualquer missão!! #MulheresemAção #Mulherpolicia #girlpower

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Perfil da Polícia Federal no Instagram. Grifo nosso.

As frases de votos institucionais, terceira subcategoria de frases motivacionais, constituem publicações na qual a principal mensagem transmitida é o desejo de boa semana, bom dia, bom final de semana, boa segunda e outros votos com o mesmo sentido. Em um primeiro momento, essas frases aparentam não ter qualquer função em uma página institucional, já que não transmite informações sobre a atuação da PF, sua estrutura, os valores defendidos pela instituição ou as características por ela valorizadas. Contudo, esse tipo de publicação constitui uma das principais estratégias para aproximação e reforço institucional nas mídias sociais, acompanhada das demais subcategorias de frases motivacionais.

De todas as subcategorias analisadas neste trabalho, essa é, proporcionalmente, a mais expressiva (Anexo B), representando no perfil do *Instagram* quase um quarto de todas as publicações e 36% das publicações remanescentes nos dois anos. Além disso, apenas esta categoria representa mais de 30% das publicações remanescentes tanto no *Facebook*, como no *Twitter*. Ainda que os votos institucionais acompanhem boa parte das demais publicações, as relacionadas nesta categoria caracterizam-se por não associarem outros elementos de destaque, de forma que o seu foco principal é propriamente o desejo de bom dia, boa semana etc.

Ocasionalmente, são realizadas mais de uma publicação dessa categoria no mesmo dia, com imagens diferentes. Para melhor ilustrar a categoria, segue uma imagem de referência:

Figura 13 - Publicação de votos institucionais



Fonte: Perfil da Polícia Federal no *Instagram*. Publicada em 19 de agosto de 2018.

Muitas das publicações possuem apenas *hashtags* que contemplam os votos, sem outra frase ou expressão, como no exemplo da Figura 1. Algumas indicam a localização ou o mesmo grupo de atuação que integra a imagem da publicação, no entanto, não faz qualquer outra menção a esses elementos, sendo os votos institucionais o foco da publicação. Não há restrições pelo dia da semana. Qualquer dia pode abrir a possibilidade para desejar positividade aos seguidores. Podem, ainda, chamar tanto para o descanso, como para o trabalho. Na figura, a seguir, temos alguns exemplos desse tipo de publicação.

Figura 14 - Exemplos de frases de votos institucionais – *Instagram* - 2017 e 2018

Data	Post	Descrição
28/07/2017	Imagem sem texto	Boa noite... não esqueça que amanhã é sábado! Oh coisa boa! #boanoite #goodnight #sextou #friday #offroad #somostodospf
01/09/2017	Imagem sem texto	Boa noite , bom descanso e um ótimo #FDS #PartiuFDS #Descanso #Offroad #SomosTodosPF
01/10/2017	Imagem sem texto	Boa noite , Brasil!! Que a semana venha carregada de alegrias! #BoaNoite #SomosTodosPF
09/10/2017	Imagem sem texto	Um #bom dia e uma excelente #segunda , #Brasil! #vamosquevamos #partiutrabalho
19/11/2017	Imagem sem texto	#bom dia e um ótimo #domingo #Brasil #somostodospf
24/11/2017	Imagem sem texto	Um bom dia e uma ótima sexta-feira para todos!!! Vem, fim de semana, vem!! 😊 #BomDia #SextaFeira #SomosTodosPF
12/12/2017	Imagem sem texto	Uma ótima #terça #Brasil! #bomdia #SomostodosPF #goodmorning #tuesday #cars #policecar
09/06/2018	Imagem sem texto	Um ótimo #sábado! Bons #estudos e tempo de qualidade com a #família.
05/08/2018	Imagem sem texto	Um fim de semana de muita luz. Aproveite o #Domingo!

Fonte: Elaborado pela autora a partir do Perfil da Polícia Federal no *Instagram*. Grifo nosso.

As frases motivacionais massivamente publicadas pela PF em seu perfil encontram amparo na teoria de Han (2017a). Ao fazer uma leitura da sociedade atual, o autor desenvolve o conceito de sociedade positiva, vinculado ao conceito de sujeito de desempenho. A sociedade positiva é uma consequência da sociedade da transparência, que compreende a liberdade de informação e ausência de restrições, características intrínsecas à natureza das mídias sociais. Ainda que Han (2017a) parta de premissas teóricas foucaultianas, não desenvolvidas diretamente nesta pesquisa, as asserções do autor são de grande importância para compreender as relações atuais e os novos fenômenos que envolvem as mídias sociais e as novas formas de comunicação e interação.

O conceito de sociedade positiva está presente em diversas obras de Han, mas é em “Sociedade da Transparência” (2017a) que o autor lhe dedica um capítulo exclusivo. A transparência não expressa necessariamente a verdade, mas representa um acúmulo de informações, sejam elas verdadeiras ou não, que são desprovidas de um sentido único. O excesso de informação esvazia o sentido do sujeito, “a hiperinformação e hipercomunicação gera precisamente a *falta de verdade*, sim, a *falta de ser*” (HAN, 2017a, p. 18). Para o autor, a transparência e a positividade resultam em uma sociedade despolitizada e sem opiniões divergentes. As frases motivacionais nas suas três subcategorias contemplam a positividade

como seu principal elemento, não abrindo margem para discussões ou confrontos nas mídias sociais e adquirindo grande número de apoiadores nas mensagens. Para Han:

O veredicto da sociedade positiva é este: “Me agrada”. É significativo que o facebook se negue coerentemente a introduzir um *emotion* de *dislike button*. A sociedade positiva evita todo e qualquer tipo de negatividade, pois esta paralisa a comunicação. Seu valor é medido apenas pela quantidade e velocidade da troca de informações, sendo que a massa de comunicação também eleva seu valor econômico e veredictos negativos a prejudicam. Com *like* surge uma comunicação conectiva muito mais rápida do que com o *dislike* (HAN, 2017a, p. 17).

A sociedade positiva, para Han (2017a), não se limita a comandos afirmativos, mas comporta a ausência do que ele denomina por negatividade, como a ausência de contradição, de embates, de limites, de fronteiras. Essa sociedade desprovida de limites resulta em um sujeito de desempenho, desprovido dos limites sociais, bastando apenas o seu esforço para conquistar os seus objetivos, em que a necessidade constante de superação de si mesmo predomina. A sociedade positiva não contradiz as acepções teóricas de Bourdieu (2004, 2007), sobre as constantes lutas simbólicas em que os atores estão envolvidos. O sujeito de desempenho encontra em si o seu maior desafio, mas as constantes lutas com outros atores não são suprimidas, não somem, apenas se agregam ao novo desafio.

Por conseguinte, temos uma instituição imersa em constantes disputas com outros atores, mas que mantêm um eixo da sua comunicação voltada ao indivíduo de desempenho, que podem ser seus seguidores, concurreiros que acompanham a página, agentes da instituição ou apenas admiradores da PF. Nas mídias sociais, a conquista de seguidores e de apoio também se caracteriza como um capital a ser mobilizado oportunamente, já que representam o apoio popular à instituição e aos valores que ela professa.

3.4.4 Os K9s da PF

Os cachorros da Polícia Federal (PF) marcam forte presença no perfil oficial da instituição nas mídias sociais, tanto nas imagens, como na descrição das publicações. A denominação K9 faz uma alusão à sonoridade da palavra em inglês (*canine*)²¹. Essa

²¹ A expressão ganhou destaque com o famoso filme “K-9 – Um policial bom pra cachorro”, lançado em meados da década de 1990. Saiba mais em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/K-9_\(filme\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/K-9_(filme))

nomenclatura também é utilizada para designar os cachorros em outras corporações policiais no mundo, a exemplo do departamento de polícia de Seattle²².

Nos dois anos de publicações pela PF no *Instagram*, os cachorros estão presentes em 11% do total na composição da imagem e 9% do total apresenta os cachorros como um dos principais elementos do texto. A título de referência, conforme Anexo A, isso representa mais que o dobro das publicações sobre o combate ao tráfico de drogas e muito superior às publicações sobre o combate à corrupção e ao desvio de recursos públicos nesta mídia. As imagens podem conter apenas os cachorros ou uma composição com agentes da PF, demonstrando interação e sintonia entre os dois, brincando ou trabalhando juntos. Ainda em menor proporção, os cachorros da PF também marcam forte presença no *Facebook* e no *Twitter*, com mais de 10% das publicações remanescentes nas duas redes, conforme exposto na Tabela 4.

As descrições nas publicações podem ser frases motivacionais, como os votos institucionais, as citações ou as frases afirmativas, podem ser referentes às atividades desempenhadas pelos cães na investigação, ou apenas para apresentar os cachorros aos seguidores da rede. Quase todas as publicações contêm a *hashtag* *K9*. São frequentes, ainda, outras *hashtags* que visam gerar empatia dos seguidores, como *#dogs*, *#Heroisdequatropatas*, *#Cãopolicial*, *#catorio*, *#policedog*, *#lovedogs*, *#doglovers*, *#filhotíneo*, *#puppy* e *#policiazíneo*. As publicações podem indicar também a raça do cachorro, como *#pastoralemao* e *#germanshepherd*. Além disso, muitas delas trazem o nome próprio do cachorro que está na foto, o individualizando e ressaltando a importância dos cachorros no perfil da instituição. Destaca-se que nenhuma publicação sobre os agentes da PF indica o seu nome pessoal, tanto pela segurança dos integrantes da instituição, como para evitar preferências entre as equipes na rede social. Os cachorros, no entanto, são frequentemente denominados, como Elvis, Luna, Goja, Rock, Kyra, Don, dentre outros, como pode ser observado a seguir:

²² Canine (K9) Unit. Disponível em: <https://www.seattle.gov/police/about-us/about-policing/k9>. Acessado em: 04 maio 2020.

Figura 15 - Publicação de cão - *Instagram*



Fonte: Perfil da Policia Federal no *Instagram*. Publicada em 15 de setembro de 2018.

Algumas publicações sobre a equipe de trabalho com cães indicam a importância dos cachorros para o trabalho de investigação, como nos seguintes exemplos :

25/06/2018 – Imagem sem texto – Descrição: *A DEA, filha da nossa querida Kyra, do grupo #k9, fez sua estreia na PF ajudando na apreensão 11,2 kg de maconha, na BR-364. * A droga estava coberta por café,* no intuito de atrapalhar o trabalho dos cães. Seja bem-vinda, Dricca e parabéns!*

24/05/2017 – Imagem sem texto – Descrição: *Nossos cães são capazes de encontrar drogas e materiais explosivos, agindo de maneira decisiva em muitas operações.*

#EquipeK9 #Heróisde4Patas #PoliciaFederal #euconfionapf

Fonte: Perfil da Policia Federal no *Instagram*.

Das publicações em que os cães estão em destaque, grande parte delas indica, também, votos institucionais, como “bom dia” e “bom final de semana”. Ademais, podem indicar ainda atividades rotineiras dos cachorros na corporação, como atividades físicas e treinamentos. Seguem alguns exemplos na próxima Figura:

Figura 16 - Exemplos de publicações com cachorros – 2017 e 2018

Data	Post	Descrição
23/02/2017	Imagem sem texto	#puppy #amizade #parceiro #friendship #germanshepherd #pastoralemao #policiafederal #somostodospf
30/03/2017	Imagem sem texto	O Ricky, da K-9, está passando para desejar um bom dia e um ótima quinta-feira. 🐕👮 #catioro #BomDia #SomosTodosPF #PF73 #euconfionapf #dog #germanshepherd #police
23/04/2017	Imagem sem texto	Nosso #cãoopocial em uma missão. Parceria sempre 🐕👮 #domingo #bomdia #catioro #somostodospf #EquipeK9 #parceria #dog #police
24/06/2017	Imagem sem texto	Nosso filhote de um ano fazendo uma socialização depois dando uma nadadinha para relaxar! Tenham um ótimo sábado!! #EquipeK9 #treinamento #AmamosNossosCães #somostodospf
14/08/2017	Imagem sem texto	Nossa cadela Goja esteve presente na palestra de prevenção ao uso de drogas realizada pela PF na APAE/DF. #K9 #IssoAquiéPF #SomosTodosPF
16/11/2017	Imagem sem texto	#Bomdia #Brasil! Nossa #mamãe Kyra está passando na TL para desejar um ótimo dia e apresentar os nossos futuros membros do #k9! #SomosTodosPF
22/12/2017	Imagem sem texto	#Boanoite #Brasil Nossa #querida equipe #K9 e a #linda Goja, demonstrando um pouco do seu #dia de #trabalho para nossas #crianças, sede da #CAOP! #PF #kids #dogs
11/02/2018	Imagem sem texto	A Goja, do #k9, está praticando suas atividades físicas diárias para manter a #saúde e a boa forma e evitar o #estresse. Um ótimo #domingo para todos.
16/06/2018	Imagem sem texto	Nós e nossos cães Rock, Siba e Bruna desejamos a todos um excelente #FDS! #BomDia #K9
04/10/2018	Imagem sem texto	Nosso querido #Rex III, do grupo #K9, se aposentou das atividades da #PF. Um ótimo #descanso Rex e #OBRIGADO POR TUDO!!!

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Perfil da Polícia Federal no *Instagram*. Grifo nosso.

Há, também, uma preferência especial pela publicação de imagens de filhotes, já que mais de um quinto de todas as publicações com o tema principal de cachorros é de filhotes da corporação. Isso pode ser decorrente da grande empatia popular que as imagens de filhotes geram nas redes sociais ou pela própria estrutura de treinamento dos cães. Todos os cães da PF iniciam o treinamento na unidade de Brasília, o que pode facilitar a divulgação de fotos dos filhotes e, só posteriormente, eles são transferidos para as demais unidades do país²³, como mostra a Figura 17:

Figura 17 -Publicação com filhotes.

²³ A rotina dos cães policiais federais. Disponível em: <https://fenapef.org.br/a-rotina-dos-caes-policiais-federais/>. Acessado em: 09 maio 2020.



Fonte: Perfil da Polícia Federal no *Instagram*. Publicado em 2 de abril de 2017.

A publicação dos cachorros da PF tem como intuito aumentar a afinidade dos seguidores com a instituição, além de transmitir cuidado e humanidade na mídia social. Assim como as publicações de frases motivacionais, esse tipo de publicação também pode servir ao propósito de anular eventuais críticas, no intuito de fomentar indistinta aprovação e consenso positivo dos seguidores da rede.

3.4.5 Hashtags

As mídias sociais em geral, incluindo o *Instagram*, não costumam admitir a possibilidade de destaques no texto, como cores diferentes ou mudanças da fonte para o negrito ou itálico. As *hashtags* são uma forma de indicar as palavras ou as expressões que a instituição quer destacar na publicação, como marcações no texto. Há um reforço da mensagem com *hashtag*, esteja ela ao meio da oração ou esteja ao final da publicação, repetindo os principais termos ou as palavras relacionadas. Nas duas situações, é clara a intenção de destacar termos no texto. As *hashtags* ganharam destaque como instrumento político nas eleições iranianas de 2009/2010, tendo sido largamente utilizadas no Brasil durante os protestos de 2013 (MOURA, 2014). Assim, a análise das *hashtags* utilizadas pela PF é um interessante caminho para identificar as prioridades da instituição na rede.

As *hashtags* podem ter duas finalidades na mídia social. Uma delas é facilitar a busca sobre determinado assunto, como ocorre para quem está buscando publicações sobre aeronaves, carros antigos e cidades, por exemplo. Outra finalidade é assimilar algumas *hashtags* específicas aos termos mais genéricos, rotineiramente publicados por outras páginas, ou, ainda, para fortalecer as *hashtags* específicas da instituição nos algoritmos da rede. Isto ocorre porque quando é realizada a busca por um termo específico no *Instagram* com uma *hashtag*, a mídia social apresenta diversas outras possibilidades de expressões que podem estar relacionadas aos termos de busca. Ao trabalhar com os algoritmos das redes, quanto mais a instituição publicar uma *hashtag* específica, mais ela aparecerá nas sugestões associadas aos termos de busca. Logo, as *hashtags* permitem que os usuários da rede possam participar na criação e no compartilhamentos, através de recursos específicos na rede (RECUERO et al, 2015).

Em estudo realizado sobre as *hashtags* utilizadas durante os protestos de 2013 no Brasil, Recuero et al (2015) identificou seis diferentes classificações das *hashtags*, de acordo com a sua função nas publicações feitas no *Twitter*: as *hashtags* de referência, que indicam a localização ou o evento; *hashtags* expressivas ou emotivas; *hashtags* conotativas, que são utilizadas em formato imperativo, conduzindo para uma ação; *hashtags* metalinguais; que identificam o sujeito emissor ou o tipo de conteúdo; *hashtags* poéticas, que se referem à própria mensagem; e *hashtags* de categoria fática, como *#bomdia*. O estudo apontou, ainda, que as *hashtags* eram cooptadas pelos usuários, que passavam a replicá-las, bem como as mais utilizadas eram as *hashtags* conotativas, como algum comando imperativo, seguidas das categorias de referencial e emotiva.

São muitas as *hashtags* utilizadas pela PF nas mídias sociais que abrangem os mais variados temas. Foram identificadas mais de 600 *hashtags* diferentes utilizadas nos anos de 2017 e 2018. A maioria delas foi publicada menos que cinco vezes nos dois anos, mas algumas se destacam pela alta frequência de uso nas redes. Na Tabela 10 estão as dez *hashtags* mais utilizadas pela PF no *Instagram*, no *Facebook* e no *Twitter*.

Hashtag	Instagram	Facebook	Twitter	Total
#Op	63	784	1548	2395
#SomostodosPF	480	575	516	1571
#bomdia	257	282	271	810
#euconfionaPF	151	204	195	550
#PF	111	169	217	497
#boanoite	138	159	147	444
#brasil	137	128	132	397
#issoaquiéPF	95	77	113	285
#aquiéPF	70	90	91	251
#Pfemação	47	56	127	230

Fonte: Elaborado pela autora a partir do Perfil da Polícia Federal no *Instagram*, no *Facebook* e no *Twitter*.

Dentre as mais utilizadas, a *hashtag* “Op” designa as diversas operações realizadas pela Polícia Federal, e foi amplamente empregada, principalmente, no *Twitter*, indicando constante ação da instituição no combate ao crime. Ao verificarmos as 50 *hashtags* de maior incidência no perfil da PF, foi possível agrupá-las de acordo com a sua finalidade específica na rede. As *hashtags* “PF”, “SomosTodosPF”, “euconfionaPF”, “IssoAquiéPF” e “AquiéPF” são frequentemente utilizadas para reforço institucional, destacando a PF como fundamental e única, além de empatia dos usuários com os valores por ela proferidos. São também as que possuem uma função conotativa. As expressões “Bomdia”, “boanoite” e “Brasil” integram uma possível categoria fática e estão relacionadas aos votos genéricos, conforme explanado nas frases motivacionais, que não transmite informações específicas da instituição, mas geram engajamento na mídia social, conforme mostra a Figura a seguir:

Figura 18 - 50 *Hashtags* mais utilizadas no pela Polícia Federal– 2017 e 2018

Hashtag	Instagram	Total por grupo	Facebook	Total por grupo	Twitter	Total por grupo	Significado
#SomostodosPF	480	1119	575	1324	516	1372	Expressões que reforçam a Polícia Federal como instituição forte, única, de atuação abrangente e incessante.
#euconfionaPF	151		204		195		
#PF	111		169		217		
#issoaquiéPF	95		77		113		
#aquiéPF	70		90		91		
#Pfemação	47		56		127		
#policiafederal	45		17		15		
#police	39		7		6		
#somostodoscontraocrime	34		60		39		
#UmlegadodeTodos	29		54		35		
#aPfñãopara	18		15		18		
#Op	63	309	784	999	1548	1752	Indicam equipe técnica ou operações e atividades realizadas para a investigação
#CAOP	75		55		56		
#COT	49		48		47		
#treinamento	35		34		28		
#NEPOM	29		23		22		
#ANP	17		15		15		
#GPI	13		14		13		
#INC	12		10		11		
#pericia	9		13		9		
#GRIFO	7		3		3		
#bomdia	257		775		282		
#boanoite	138	159		147			
#brasil	137	128		132			
#domingo	43	43		40			
#descanso	30	33		34			
#sexta	30	31		30			
#fds	28	28		28			
#sábado	25	22		24			
#segunda	18	17		14			
#goodmorning	15	4		5			
#partiufds	14	11		11			
#bonsetudos	11	10		10			
#bomdiabrasil	8	7		9			
#partiutrabalho	7	9		7			
#vamosquevamos	7	10		10			
#feriado	7	7		7			
#trabalho	21	124		23	108	23	99
#determinação	19		17	14			
#dedicação	15		15	15			
#disciplina	12		11	10			
#amor	11		11	9			
#amizade	11		9	9			
#respeito	9		9	6			
#work	9		1	2			
#união	9		5	6			
#coragem	8		7	5			
#K9	58		87	51		76	
#catorio	20	18		16			
#lovedogs	9	7		7			

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Perfil da Polícia Federal no *Instagram*, no *Facebook* e no *Twitter*.

O grupo de maior incidência de expressões com a *hashtag* é o que reforça diretamente a imagem da Polícia Federal (PF), o que é esperado em uma página institucional. As *hashtags* desse grupo afirmam repetidamente o poder e a autoridade da PF. Como característica da sociedade positiva de Han (2017), a repetição e a saturação dessas expressões na rede dificultam o questionamento sobre a veracidade do conteúdo pelos seguidores, reduzindo a oposição a esse poder expressado com as *hashtags* “*SomostodosPF*” e “*EuconfionaPF*”, por exemplo. Essa

estratégia, aparentemente, tem obtido sucesso, já que a PF figura entre as três instituições de maior confiabilidade social, desde que passou a integrar o ranking da pesquisa realizada pelo IBOPE²⁴.

O segundo grupo de destaque é impulsionado principalmente pelas *hashtags* sobre operações (#op), abundantemente utilizadas nas mídias, principalmente no *Facebook* e no *Twitter*. Por outro lado, também é a expressão com números de utilização mais discrepante entre as mídias sociais, provavelmente fomentado pela própria estrutura das redes, conforme as razões já expostas no tópico sobre as operações neste trabalho. Nesse sentido, em razão da complexidade de algumas operações, em mídias, como *Twitter*, são feitas várias publicações sobre o mesmo tema ou operação, alavancando a utilização da *hashtag* “Op” na contagem geral. Enquanto as demais expressões da lista mantêm certa constância, a expressão #Op tem utilização 12 vezes maior no *Facebook* e 24 vezes mais, se compararmos com a sua utilização no *Instagram*. Esse grupo é de expressões que indicam forças específicas de atuação da PF e atividades investigativas como perícia e operações.

O terceiro grupo, no entanto, é justamente o grupo em que estão ausentes os elementos informativos sobre as atividades da PF, o grupo que indica votos institucionais como “bom dia” e “boa noite”. Por fim, dentre as *hashtags* mais utilizadas estão os valores institucionais, que podem ser consideradas expressivas ou emotivas, e as expressões ligadas ao grupo K9, de atuação com cães.

Nesse capítulo, foi possível observar as diversas estratégias de comunicação utilizadas pela PF nas mídias sociais, que não eram tradicionalmente utilizadas na mídia por instituições policiais. As novas dinâmicas das mídias sociais, com a possibilidade de comunicação direta com os usuários e com o retorno rápido, impuseram uma adaptação na comunicação das instituições policiais. A PF tem demonstrado sucesso em sua estratégia, tanto pelo alto engajamento dos seus seguidores, como pela sua excelente posição no Índice de Confiança Social nos últimos. Grande parte desse sucesso possui relação com as estratégias demonstradas nesse capítulo.

A expressiva utilização de frases motivacionais e de conteúdo com elementos emocionais (como as imagens dos cachorros) indicam uma resposta da instituição aos algoritmos das mídias sociais, bem como aos anseios dos seus seguidores, tão importantes quanto a própria divulgação das informações institucionais sobre a sua atuação.

²⁴ Índice de Confiança Social em 2019. Disponível em: [https://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/JOB%2019_0844_ICS_INDICE_CONFIANCA_SOCIAL_2019%20-%20Apresenta%C3%A7%C3%A3o%20\(final\).pdf](https://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/JOB%2019_0844_ICS_INDICE_CONFIANCA_SOCIAL_2019%20-%20Apresenta%C3%A7%C3%A3o%20(final).pdf). Acesso em 09 de maio de 2020.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A abertura de investigação, em 2020, acerca da possível interferência política no comando da Polícia Federal (PF), bem como a vacância do cargo de Ministro da Justiça e as polêmicas nela envolvidas²⁵ evidenciaram a importância da instituição no cenário atual e as disputas por poder em que ela está envolvida. Além disso, a PF figura entre as três instituições de maior confiabilidade social do Brasil, indicando o sucesso da instituição em sua estratégia para angariar apoio popular. As mídias sociais possuem um papel expressivo nesse fortalecimento institucional, já que os dados demonstram uma presença massiva da PF nessas redes, especialmente no *Instagram* e no *Facebook*. Esta pesquisa objetivou identificar a estratégia utilizada pela PF nas mídias sociais, analisando os conteúdos publicados em suas páginas oficiais. No entanto, os resultados encontrados indicam que o conteúdo publicado difere das estratégias convencionalmente utilizadas nas páginas institucionais de organizações.

Inicialmente, os dados analisados revelaram diferentes estratégias utilizadas em cada uma das mídias sociais analisadas, bem como diferenças entre os anos de 2017 e 2018. Quantitativamente, as publicações no *Twitter* superam em muito as publicações no *Facebook* e no *Instagram*. Ademais, em 2017 houve uma drástica redução do número de publicações nas três mídias sociais da PF, mesmo resguardadas as diferenças entre as três.

No caso dos crimes de corrupção e desvio de recursos públicos, especificamente, há uma queda dos números de 2018 com relação ao ano anterior, tanto de operações, como das publicações realizadas, indicando que esta pode ter sido uma nova diretriz traçada pela instituição para a diminuição na prioridade de atuação. Levantou-se a suspeita se uma possível troca do comando do Ministério da Justiça poderia ser o ponto de inflexão para a mudança no direcionamento da comunicação da PF nas mídias sociais entre 2017 e 2018. No entanto, o Ministro Torquato Jardim²⁶ foi responsável pela pasta de 31 de maio de 2017 a 1º de janeiro de 2019, indicando, em um primeiro momento, que a mudança na estratégia pode ter sido fruto de decisões internas da assessoria de comunicação do órgão. Dessa maneira, pretende-se investigar as motivações dessas mudanças em estudos posteriores.

Qualitativamente, também foi possível observar diferenças entre os conteúdos divulgados nas mídias sociais. Além da presença pouco expressiva de publicações com foco no

²⁵ A troca do comando da Polícia Federal em 2020 pelo Presidente da República acarretou a vacância do cargo de Ministro da Justiça, bem como uma investigação acerca da possível interferência política na instituição. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/09/11/celso-de-mello-nega-a-bolsonaro-a-possibilidade-de-depor-por-escrito.html>. Acessado em: 15 out 2020.

²⁶ Nomeação de Torquato na Justiça acende alerta na PF e no Ministério Público. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/05/30/politica/1496098750_218080.html. Acessado em: 12 dez 2020.

combate à corrupção no *Instagram* - principalmente em 2018, quando essa categoria se mostrou nula, indicando que este não é um dos objetivos de comunicação do órgão -, uma acentuada parte das publicações sobre operações diz respeito à atuação no combate a crimes contra o meio ambiente e a crimes contra os direitos humanos, muito além do que efetivamente a instituição realiza. Além disso, a robusta divulgação de frases motivacionais, que tiveram forte presença nas três mídias, podendo ser interpretada à luz do conceito de sociedade positiva preconizado por Han (2017), teve muito mais relevância no *Instagram*, indicando que os conteúdos podem ser divulgados com vistas a atender as demandas dos diferentes públicos de seguidores nas mídias sociais.

Cada uma dessas descobertas pode ser interpretada de diferentes maneiras. A diferença de estratégias adotadas em cada uma das mídias tanto em relação ao número de publicações, como ao conteúdo divulgado, pode indicar a ausência de uma estratégia integrada em todas as redes, ou, ainda, a adoção racional e direcionada para cada mídia, dentro de uma estratégia mais abrangente e que intenta atingir os diferentes públicos nelas associados. Isto pode ocorrer tanto em virtude dos públicos específicos em cada uma delas (o *Facebook* tende a ter um perfil de usuários mais velhos, enquanto o *Instagram* sucesso entre os mais jovens²⁷), como em virtude da própria estrutura da rede, já que o *Facebook* permite incluir *links* nas publicações, bem como o limite de tempo para os vídeos é mais longo. A circulação de informações na internet possui, em regra, duas variáveis: a interação dos usuários e a própria estrutura da rede social, com suas funcionalidades técnicas (SOARES et al, 2020). A adoção de estratégias diferentes, em cada uma das mídias, indica que a instituição, além de transmitir as informações que consideram relevantes, busca também o engajamento dos seguidores que são determinados por essas duas variáveis, as funcionalidades e o público de cada uma. No entanto, estas questões merecem estudos aprofundados sobre as opções da assessoria de comunicação.

Na linha de Bourdieu (2004, 2007), no cenário de disputas simbólicas a diminuição de publicações sobre operações no combate ao desvio de recursos públicos e de corrupção pode indicar uma estratégia da instituição em mobilizar seus capitais frente a outros agentes de disputa, mudando as configurações do campo. Assim, se no combate à corrupção e desvio de verbas públicas a PF atua diretamente, em cooperação ou em conflito, com o Ministério Público Federal, a diminuição de operações desta categoria pode indicar uma opção de mudar as configurações do campo, seja diminuindo essas disputas, seja aumentando a força de outros

²⁷ As redes sociais mais utilizadas: números e estatísticas. Disponível em: <https://www.iebschool.com/pt-br/blog/social-media/redes-sociais/as-redes-sociais-mais-utilizadas-numeros-e-estatisticas/>. Acessado em: 12 dez 2020

setores dentro da instituição. Isso pode indicar uma diretriz da PF nas mídias, que não abarca prioritariamente a imagem de instituição ativa no combate à corrupção, bem como uma divergência entre o que a mídia tradicional divulga como papel principal da PF e o que a instituição pretende transmitir sobre si.

Outro traço marcante verificado nas mídias sociais da PF foi a divulgação de conteúdos com apelo sentimental. As publicações de veículos com mensagens afetivas, as imagens dos cachorros e a massiva divulgação de frases motivacionais são exemplos deste tipo de conteúdo, que mobilizam a história, os sentimentos, os valores etc. Nessas publicações, o texto e as imagens contêm elementos que remetem à afetividade. Na linha proposta por Han (2018), as descobertas sobre os conteúdos emocionais poderiam ser interpretadas como intrinsecamente ligadas à motivação, no contexto do neoliberalismo, representando uma mudança de paradigma no capitalismo. Para o autor, “a psicopolítica neoliberal se ocupa da emoção para influenciar ações sobre esse nível pré-reflexivo. Através da emoção, as pessoas são profundamente atingidas” (HAN, 2018, p. 68).

Já na linha proposta por Rosa (2019b), os dados podem ser interpretados com vistas à resposta dos algoritmos midiáticos a esses dispositivos emocionais das imagens que estão em circulação nas redes (ROSA, 2019b), o que justifica sua ampla utilização nas mídias analisadas. Na busca pelo engajamento nas mídias sociais, como curtidas, reações e compartilhamentos de conteúdo, que podem também representar o capital social da instituição a ser mobilizado, a estratégia utilizada pelos atores vai além da divulgação técnica das informações. A comunicação institucional, neste caso, implica também na utilização desses dispositivos que remetam a questões emocionais, como forma de ampliar o engajamento e a participação dos usuários da rede, de forma que as informações técnicas sobre as atividades institucionais são apenas um dos elementos a serem divulgados, em meio a uma gama de outras possibilidades. Destaca-se que, nas mídias sociais, o engajamento não representa apenas o aumento dos números de curtidas e de comentários, mas resulta na maior divulgação do conteúdo pela própria mídia social, já que quanto maior o engajamento, mais a plataforma tende a visibilizar o conteúdo para os demais usuários conectados²⁸. Publicações mais populares aparecem com maior frequência no *feed* dos seus usuários, de forma que o engajamento é quase uma condição para manutenção da visibilidade do perfil. A utilização de publicações com dispositivos emocionais, nesse sentido, pode ser interpretada como uma estratégia para alavancar a visibilidade das demais publicações, inclusive das que contenham conteúdo técnico.

²⁸ Como funcionam os algoritmos das redes sociais. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/algoritmo-facebook-instagram-twitter/>. Acessado em: 11 dez 2020.

Em estudo sobre a circulação nas redes sociais, Rosa (2019b) indica que cada vez mais as gramáticas de produção do conteúdo e o seu reconhecimento nas redes se entrelaçam. Assim, o reconhecimento do conteúdo nas mídias como o engajamento já integra a própria produção deste conteúdo, como sua finalidade e seu valor (ROSA, 2019b). Para a autora, as imagens já são produzidas com o propósito de midiatização, de circulação e a ligação de sentido entre a produção e a recepção ocorre pela forma de contato, o que nas mídias sociais é mais perceptível. Ao tratar sobre a importância da imagem nos novos processos de comunicação, Rosa (2019a) destaca que a imagem, gradativamente, confunde-se com o próprio acontecimento, ocorrendo com o que a autora chama de circulação, pois adquirem força e valor, não só pela informação técnica que trazem, mas pelo sentido que carregam. Assim, uma publicação da PF sobre determinada operação pode possuir o intuito de criar a própria realidade, vinculando sua atividade institucional com o que ali está sendo transmitido. As mídias sociais refletem o que a instituição quer transmitir sobre si.

Resgatando os conceitos de Bourdieu (2007, p. 185), no campo de disputas políticas, “dizer é fazer”, fazer acreditar que o que se diz é verdade, que se trata de “palavras de ordem”, capazes de criar a própria ordem social. A divulgação de conteúdos que não estão relacionados diretamente com as prioridades de atuação da PF, se intencional, pode ser interpretada como o interesse de promover-se em áreas tradicionalmente destinadas a outras instituições, como forma de se reforçar em determinado campo institucional, por exemplo, ou, ainda, de traçar novos objetivos internos, com vistas a uma reconfiguração da atuação da própria instituição. No entanto, as suspeitas levantadas necessitam de estudos mais aprofundados sobre os interesses da instituição na sua construção institucional.

Na concepção de Rosa (2019a, p. 24) “os atores codeterminam os valores, já que não estão apenas na condição de receptáculos, mas de quem promove demandas e faz uso efetivo dos dispositivos técnicos, adquirindo uma espécie de liberdade ou concessão para eleger seus próprios valores ou reiterar os vigentes.”. Assim, o conteúdo das páginas da PF nas mídias sociais pode ser interpretado como um reflexo não apenas do que a instituição pretende divulgar, mas também dos resultados das demandas desses outros atores sociais na internet. Estudos futuros deveriam dedicar-se a compreender a atuação dos demais atores na construção das pautas, a fim de compreender as dinâmicas de interação e construção de conteúdo pelas instituições policiais.

Na linha proposta por Han (2017a), o principal traço verificado nas mídias sociais da PF pode ser denominado como positividade, alicerce do que o autor chama de sociedade positiva. Na pesquisa realizada sobre o *Twitter* da polícia de Toronto (Canadá), foi constatada

uma preocupação em manter a imagem da polícia como apolítica, afastando-se dos temas polêmicos que pudessem sugerir partidarismos ou preferências (SCHNEIDER, 2016). Nas mídias da PF no Brasil, pode-se visualizar uma preocupação semelhante, no sentido de distanciamento de temas polêmicos ou de assuntos que possam causar divergências, ao passo que informações divulgadas remetem ao otimismo, à ação e à motivação. O espaço despolitizado também é um traço característico da sociedade positiva, visto que a política traz inerentemente o embate e a necessidade de referência, de posicionamento (HAN, 2017a)

Nesta interpretação, o traço da positividade pode ser vislumbrado, principalmente, nas frases motivacionais, em que o modelo de “sujeito de desempenho” (HAN, 2017b), com o incentivo à superação, ao esforço e à ausência de limites para a conquista dos objetivos ficou mais latente. No entanto, a positividade pode estar presente em quase todas as categorias de publicações, visto que os elementos textuais das demais categorias quase sempre remetem à motivação e ao esforço. Não se quer afirmar, com este estudo, que o intuito da PF com a estratégia de comunicação, em suas mídias sociais, foi o de fomentar o que se chama de sujeito de desempenho, mas apenas que esta característica foi observada expressivamente nos conteúdos divulgados. Apurar essas questões exige um estudo aprofundado sobre os objetivos da construção da imagem organizacional da instituição, bem como da estrutura interna de decisão sobre esses direcionamentos.

Na diretriz apontada por Bourdieu, foi possível apreender os capitais mobilizados nas mídias sociais da PF, especialmente o econômico e o cultural. A mobilização do capital econômico pode ser visualizada principalmente nas publicações sobre veículos, estrutura e equipamentos para investigação, que implicam em investimentos financeiros da instituição na realização das suas atribuições. Ainda que diversas publicações sobre veículos contenham forte apelo sentimental, elas constituem a mobilização de capital econômico porque demonstram instrumentos da instituição em que foi aplicado valor pecuniário.

Sobre o capital cultural, Bourdieu (1986) dispõe que existem em três formas: o encarnado, o objetivado e o institucionalizado, sendo este último mobilizado nas mídias sociais da PF. Ainda que Bourdieu não estabeleça expressamente que a realização de treinamentos e especializações representem o capital cultural, a literatura especializada em segurança entende que os treinamentos *intra* instituição são expressões do capital cultural, visto que representam a transmissão de conhecimento específico sobre a rotina policial com a finalidade de fortalecer a instituição (DUPONT, 2005; DIPHOORN; GRASSIANI, 2016). Assim, as descobertas podem ser interpretadas como a mobilização de capital cultural nas publicações sobre treinamentos realizados pela PF e sobre agentes ou equipes especializadas.

Uma observação importante sobre as publicações que foram consideradas nesta pesquisa como mobilização do capital cultural (treinamentos e equipes especializadas) é que elas apresentaram ampla gama de variações sobre suas especialidades, indicando o interesse da instituição em demonstrar a variedade de situações em que está preparada para atuar. Logo, quase todas as publicações desta categoria indicavam especificamente o tipo de treinamento que estava sendo realizado ou a especialidade da equipe técnica que estava sendo divulgada. No contexto das disputas simbólicas com outras instituições estatais e considerando especificamente as disputas postas pelo debate no âmbito da Proposta de Emenda Constitucional nº 37²⁹, em que se pautou a exclusividade para a investigação criminal, a divulgação de especialidades técnicas pode ser interpretada também como uma espécie de mobilização de capital jurídico, em que se busca reforçar a competência para cumprimento de suas funções legais. A divulgação de ampla variedade de capacitações para atuação da instituição pode constituir a mobilização de capital jurídico no sentido de reforçar a capacidade de cumprimento das suas atribuições já legalmente previstas, ou, ainda, que estejam legalmente em discussão. No entanto, o interesse da instituição na divulgação diversificada de suas especialidades deve ser mais bem investigada em futuras pesquisas sobre o tema.

Na linha proposta por Recuero (2009), os dados encontrados poderiam ser interpretados também como mobilização de alguns tipos que capital social, facilitadas pelas mídias sociais e que nas relações *off-line* não seriam naturais. Os números de amigos ou de conexões que as redes sociais na internet propiciam, por exemplo, em regra, superam em muito os contatos que uma pessoa teria na ausência da internet (RECUERO, 2009). O chamado capital social relacional é o principal possibilitado pelas redes sociais na internet, através das conexões entre os atores, apesar dessas conexões terem características diferentes das construídas nas relações *off-line*, visto que são conexões “mantidas pelo sistema e não pelas interações” (RECUERO, 2009, p. 108). Todavia, as mídias sociais têm capacidade de facilitar apenas o capital social mais básico, visto que não é possível aprofundar as relações na plataforma (RECUERO, 2009).

Por fim, ao referir-se sobre as ausências, Bourdieu (2003) reforça a importância de considerarmos o que não foi dito, a omissão de opinião sobre determinado assunto, neste caso, especificamente, as abstenções nas mídias sociais da PF. Para Bourdieu (20113), a ausência de opinião diz muito sobre determinado objeto, não podendo ser ignorada. Não se busca neste momento trazer respostas para as ausências nas publicações, pois as justificativas podem ser

²⁹ Entenda a PEC 37. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/pec-37-o-que-e-platb/>. Acessado em: 20 dez 2020.

muitas e merecem uma indagação profunda sobre cada uma delas. Pretende-se levantar os tópicos relevantes que não mereceram, ou deixaram de merecer a atenção da instituição nas mídias sociais da PF.

Em consonância com a proposta teórica de Bourdieu (2004, 2007), a primeira interpretação sobre a ausência nos dados levantados concerne ao combate a desvios de recursos públicos e de corrupção em 2018. Ainda que no *Twitter* e no *Facebook* o tema tenha galgado destaque, observa-se que a presença de publicações sobre o tema no *Instagram* em 2018 foi nula, mesmo com a constante deflagração de fases da operação Lava Jato, principal operação de combate à corrupção no país, bem como constante atuação da PF nesta categoria. No *Instagram*, verificou-se também a ausência de publicações contra crimes financeiros, crimes previdenciários e crimes contra o patrimônio e tráfico de armas, que possuem menos representatividade nos relatórios de gestão em comparação aos crimes de corrupção, mas, ainda assim, representam parcela significativa da atuação da PF.

Observa-se também que foram escassas as menções ao PCC, um dos maiores grupos do crime organizado no país. A carência de referências ao crime organizado, bem como a outros elementos que direcionem ao medo, ao temor social e à indignação (como a divulgação de imagens dos investigados, como forma de marcar estereótipos) podem ser interpretados como um distanciamento das noções de pânico moral (MISKOLCI, 2007; LEMOS; BARROS, 2018), bem como de indústria penal e “estado de justiça criminal” (GARLAND, 2017; BOLDT, 2013), frequentemente constatadas nos estudos da criminologia que tratam sobre o controle social. Nesta interpretação, não há indícios de elementos que reforcem uma suposta ameaça à ordem social, mas justamente o contrário, a mensagem transmitida é a de que a instituição policial de âmbito federal está funcionando com primor, cumprindo suas atribuições constitucionais.

O assassinato da socióloga e vereadora Marielle Franco em 2018 é outro ponto que merece a atenção pela ausência. Apesar do grande destaque que o evento criminoso galgou nos meses seguintes e da importância política na condução das investigações, apenas uma publicação sobre o tema foi feita no *Facebook* e no *Twitter*, no dia 16 de março de 2018, com o título de “nota à imprensa” informando sobre a instauração de inquérito para apurar a origem da munição encontrada no local do crime. No *Instagram* nenhuma publicação foi feita. Ainda que, inicialmente, a PF não estivesse envolvida na condução da investigação, em razão da competência da Polícia Civil do Rio de Janeiro, ainda em 2018 a PF passou a atuar no caso³⁰. No entanto, nenhuma outra publicação foi feita nas mídias sociais sobre o tema.

³⁰ PF vai investigar suspeita de esquema criminoso para acobertar assassinato de Marielle Franco. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/11/01/politica/1541098339_721451.html. Acessado em: 14 dez 2020

Os resultados encontrados com a análise de conteúdo das mídias sociais da PF podem ser interpretados como um novo formato de comunicação da instituição, com o afastamento das tradicionais estratégias que mobilizam elementos de lei e ordem, e a aproximação dos conceitos de sociedade positiva, do sujeito de desempenho em uma lógica neoliberal, bem como utilização de dispositivos emocionais. No entanto, a agência das instituições policiais nas mídias sociais e seus objetivos com a construção da imagem institucional ainda demandam maior compreensão pelos pesquisadores. Todas as interpretações apresentadas são possíveis e estudos futuros deveriam se dedicar a analisar as motivações na construção da imagem institucional pelas polícias no Brasil, a fim de descobrir os novos padrões de agência e de comunicação que permeiam o campo da segurança pública no Brasil.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Frederico de Almeida. Justiça, combate à corrupção e política: uma análise a partir da Operação Lava-Jato. **Revista Pensata**. V. 5 n. 2, p. 69-82, 2016.

ARANTES, Rogério Bastos. PEC 37: o que as ruas não perceberam. **Le Monde Diplomatique**, v. 76, 2013. Disponível em: < <https://diplomatique.org.br/pec-37-o-que-as-ruas-nao-perceberam/>>. Acesso em: 23 set 2019.

ARANTES, Rogério Bastos. Polícia Federal e construção institucional. In: AVRITZER, Leonardo; FILGUEIRAS, Fernando (Org.). **Corrupção e Sistema Político no Brasil**. 1.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011a.

ARANTES, Rogério Bastos. The Federal Police and the Ministério Público. In: POWER, T.; TAYLOR, M. (Org.). **Corruption and Democracy in Brazil**. 1.ed. NotreDame: University of NotreDame Press, 2011b.

ARANTES, Rogério Bastos. Rendición de cuentas y pluralismo estatal en Brasil: Ministerio Público y Policía Federal. **Desacatos** (CIESAS), v. 49, p. 1, 2015.

ARANTES, Rogério Bastos; MOREIRA, Tiago de Miranda Queiroz. **Democracia, instituições de controle e justiça sob a ótica do pluralismo estatal**. Opinião Pública, Campinas, v. 25, n. 1, p. 97-135, 2019.

AZEVEDO, Rodrigo Ghiringhelli; PILAU, Lucas e Silva Batista. Os impactos da operação Lava Jato na Polícia Federal Brasileira. In: **Operação Lava Jato e a Democracia Brasileira**. São Paulo: Editora Contracorrente, 2018.

BALTAR, Ronaldo. **Roteiro para Elaboração do Projeto de Pesquisa**. Texto de orientação para o Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais – UEL, Londrina, 2000.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Editora 70, 1979.

BARROS, Antonio Teixeira; LEMOS, Cláudia Regina Fonseca. Política, pânico moral e mídia: controvérsias sobre os embargos infringentes do escândalo do mensalão. **Opinião Pública**, v. 24, n. 2 p. 291-327, 2018.

BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 2 ed. Petrópolis: Editora Vozes, p. 189-217, 2003.

BEZERRA, Marcos Otávio. Resenha da obra ‘Sobre o Estado’. **Revista de História**, n. 173. São Paulo, 2017. Disponível em: < <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2316-9141.rh.2015.98814>>. Acesso em: 23 set 2019.

BOLDT, Raphael. **Criminologia midiática: do discurso punitivo à corrosão simbólica do garantismo**. Curitiba: Juruá, 2013.

BOURDIEU, Pierre. As formas de capital. In: RICHARDSON, J. **Manual de Teoria e Investigação em Sociologia da Educação**. Nova Iorque: Greenwood, p. 241-258, 1986.

BOURDIEU, Pierre. Espaço social e poder simbólico. In: RICHARDSON, J. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 11a. Edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas linguísticas**: o que falar quer dizer. 2a. Edição, 1a. Reimpressão. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

BOURDIEU, Pierre. Cultura e Política. In: BOURDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia**. Lisboa: Fim de Século, p. 257-261, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre o Estado**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

COSTA, Arthur Trindade Maranhão; MACHADO, Bruno Amaral; ZACKSESKI, Cristina (Org.). A investigação e a persecução penal da corrupção e dos delitos econômicos: uma pesquisa empírica no sistema de justiça federal. **Tomo I**. Brasília: ESMPU, 2016a.

COSTA, Arthur Trindade Maranhão; MACHADO, Bruno Amaral; ZACKSESKI, Cristina (Org.). A investigação e a persecução penal da corrupção e dos delitos econômicos: uma pesquisa empírica no sistema de justiça federal. **Tomo II**. Brasília: ESMPU, 2016b.

COSTA, Arthur; MEDEIROS, Mateus. A Desmilitarização das Polícias: Policiais, Soldados e Democracia. **Teoria e Sociedade**, v. 1, n. 11, p. 66-89, 2003.

DIPHOORN, Tessa; GRASSIANI, Erella. Securitizing capital: A processual-relational approach to pluralized security. **Theoretical Criminology**, v. 20, n. 4, p. 430–445, 2016.

DUPONT, Benoit. Power struggles in the field of security: implications for democratic transformation. In: WOOD, Jennifer; DUPONT, Benoit. **Democracy, society and the governance of security**. Cambridge: Cambridge University Press, p. 86-110, 2006.

FAGUNDES, Andréa; PILAU, Lucas e Silva Batista. O estudo da Polícia Federal Brasileira nas Ciências Sociais. **19º Congresso Brasileiro de Sociologia**. Florianópolis-SC, 2019.

FEIJÓ, Carmem; VALENTE, Elvio. As estatísticas oficiais e o interesse público. **Bahia Análise & Dados**, Salvador, v. 15, n. 1, p. 43-54, 2005. Disponível em: <http://www.icad.puc-rio.br/cfeijo/pdf/artigofeijo_e_valente.pdf>. Acessado em: 17 fev 2019.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GARLAND, Davis. **A cultura do controle**: crime e ordem social na sociedade contemporânea. Trad. André Nascimento. 2a reimp. Rio de Janeiro: Revan, 2017.

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos**. Trad. Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GILL, Rosalind. Análise de discurso. In: BAUER, Martin.; GASKELL, George. (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 2 ed. Petrópolis: Editora Vozes, p. 64-89, 2003.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da transparência**. Trad. Enio Paulo Giachini. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017a.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade do cansaço**. Trad. Enio Paulo Giachini. 2a. ed. Ampl. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017b.

HAN, Byung-Chul. **Psicopolítica: o neoliberalismo e as novas técnicas de poder**. Belo Horizonte: Áyine, 2018.

IBOPE. **Índice de Confiança Social (ICS) 2018**. Disponível em: < http://www.ibopeinteligencia.com/arquivos/JOB%2018_0741_ICS_Apresentação.pdf >. Acessado em: 17 jun 2019.

KOERNER, Andrei. Política, Direito e Judiciário – centralidade e ambivalências do jurídico na ordem constitucional de 1988. In HOLLANDA, Cristina Buarque; VEIGA, Luciana Fernandes; AMARAL, Oswaldo E. (org). **A constituição de 88: trinta anos depois**. Curitiba: Ed. UFPR, 2018.

LEMONS, Cláudia Regina Fonseca; BARROS, Antonio Teixeira. Lutas simbólicas na arena midiática: o poder de agência do Ministério Público e as controvérsias sobre a PEC 37. **Opinião Pública**, v. 22, p. 702-738, 2016.

LOADER, Ian. Policing and the social: Questions of symbolic power. **British Journal of Sociology**, p. 1-18, 1997.

LOADER, Ian; MULCAHY, Aogan. Policing and the condition of England: memory, politics and culture. **Oxford University Press on Demand**, 2003.

LOPES, Cleber da Silva. Plural policing and public opinion in Brazil. **Security Journal**, v. 19, p. 1-19, 2017.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. Disponível em: < <http://www.mpf.mp.br/para-o-cidadao> >. Acessado em: 15 dez 2018.

MISKOLCI, Richard. Pânicos morais e controle social: reflexões sobre o casamento gay. **Cad. Pagu** [online], n. 28, p. 101-128, 2017.

COSTA-MOURA, Fernanda. Proliferação das #hashtags: lógica da ciência, discurso e movimentos sociais contemporâneos. **Ágora** (Rio J.), Rio de Janeiro, v. 17, p. 141-158, 2014. Disponível em: < https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_isoref&pid=S1516-14982014000300012&lng=en&tlng=pt >. Acessado em: 18 dez 2010.

MUNIZ, Jacqueline. Quem tem governado a Polícia Federal? Ela mesma. **Brasil de Fato**, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: < <https://www.brasildefatorj.com.br/2019/07/27/artigo-or-quem-tem-governado-a-policia-federal-ela-mesma> >. Acessado em: 27 set 2020.

MUNIZ, Jaqueline; CARUSO, Haydee; FREITAS, Felipe. **Os estudos policiais nas ciências sociais: um balanço sobre a produção brasileira a partir dos anos 2000**. BIB, São Paulo, n. 84, p. 148-187, 2018.

MUNIZ, Jaqueline; PROENÇA JR, Domício. Mandato Policial. In. LIMA, Renato Sergio de; RATTON, José Luiz; AZEVEDO, Rodrigo Ghiringhelli. **Crime, polícia e justiça no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

NJAINE K. et al. **A imagem do policial na mídia escrita: estudo comparativo de quatro capitais brasileiras**. Coleção Segurança com Cidadania, 2009.

PINHO, Marcelo Simoes Serran. **Políticas de Segurança Pública: Análise do Campo no Legislativo Federal**, 2014. 190 folhas. Tese (Doutorado em Sociologia Política). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2014.

PINOTTI, Maria Cristina (org.). **Corrupção: Lava Jato e Mãos Limpas**. 1a. ed.. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2019.

POLÍCIA FEDERAL. **Ministério extraordinário da Segurança Pública**. Disponível em: < <http://www.pf.gov.br/imprensa/lava-jato> >. Acessado em: 15 maio 2018.

RAMOS, Marília P. Métodos quantitativos e pesquisa em Ciências Sociais: lógica e utilidade do uso da quantificação nas explicações dos fenômenos sociais. **Mediações**, Londrina, v. 18, n. 1, p. 55-65, 2013.

RAMOS, Sílvia; PAIVA, Anabela. **Mídia e violência: o que mudou em uma década?** Relatório Preliminar de análise de jornais impressos. Rio de Janeiro: Centro de Estudos de Segurança e Cidadania - CESeC, Rio de Janeiro, 2017.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel; ZAGO, Gabriela; BASTOS, Marco T.; ARAÚJO, Ricardo. **Hashtags Functions in the Protests Across Brazil**. SAGE Open. 2015
Disponível em: < <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2158244015586000#articleCitationDownloadContainer> >. Acessado em: 17 dez 2020.

REINER, Robert. Media made criminality: The representation of crime in the mass media. In: REINER, Robert and Maguire. **The Oxford Handbook of Criminology**. Oxford University Press, Oxford, UK, p. 302-340, 2002.

REINER, Robert. **A política da polícia**. Trad. Nancy Cardia Ghiretti e Maria Cristina Pereira da Cunha Marques. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

ROCHA, Bruno Lima. **A Polícia Federal após a Constituição de 1988: polícia de governo, segurança de Estado e polícia judiciária**, 2004. 370 folhas. Dissertação (Mestrado em Ciência Política). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

ROSA, Ana Paula. Circulação: das múltiplas perspectivas de valor à valorização do visível. Intercom, **Revista Bras. Ciênc. Comun.** v. 42, n. 2, São Paulo, 2019a.

ROSA, Ana Paula. Imagens que pairam: A fantasmagoria das imagens em circulação. **Revista FAMECOS**, v. 26, n. 2, 2019b.

ROSA, Ana Paula. Imagens em espiral: da circulação à aderência da sombra. **MATRIZES**, v. 13, n. 2, p. 155-177, 2019c.

SANTOS, Boaventura de S. et al. Os tribunais nas sociedades contemporâneas. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n. 30, p. 29-62, 1996.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie.; ALMEIDA, Cristóvão Domingos.; GUINDANI, Joel Felipe. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, n. 1, 2009.

SCHNEIDER, Christopher J. Police presentational strategies on Twitter. **Revista Policing and Society**, v. 26, n. 2, p. 129-147, Canadá, 2016.

SOARES, Felipe Bonow; VIEGAS, Paula; BONOTO, Carolina; RECUERO, Raquel. **Covid-19, desinformação e Facebook**: circulação de URLs sobre a hidroxicroquina em páginas e grupos públicos. Disponível em: < <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/1476/version/1574> >. Acessado em: 16 dez 2020.

THOMPSON, John. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 9a. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

VEIGA, Isabela Rodrigues. **Coberturas jornalísticas e construção de reputação institucional**: A representação da Polícia Federal na imprensa e seus reflexos identitários, 2009. 168 folhas. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2009.

Legislação

BRASIL. **Decreto-Lei nº. 6.378, de 28 de março de 1944**. Transforma a Polícia Civil do Distrito Federal em Departamento Federal de Segurança Pública e dá outras providências. Diário Oficial da União - Seção 1 - 6/4/1944, Página 6126 (Publicação Original).

BRASIL. **Decreto-Lei nº. 9.353, de 13 de junho de 1946**. Dispõe sobre as atribuições do Departamento Federal de Segurança Pública. Diário Oficial da União - Seção 1 - 15/6/1946, Página 8991.

BRASIL. **Lei nº. 4.483, de 16 de novembro de 1964**. Reorganiza o Departamento Federal de Segurança Pública, e dá outras providências. Diário Oficial da União - Seção 1 - 20/11/1964, Página 10577.

BRASIL. **Decreto-Lei nº. 200 de 25 de fevereiro de 1967**. Dispõe sobre a organização da Administração Federal, estabelece diretrizes para a Reforma Administrativa e dá outras providências. Diário Oficial da União - Seção 1 - Suplemento - 27/2/1967

BRASIL. **Proposta de Emenda Constitucional nº 37**, apresentada em 8 de junho de 2011.

Acrescenta o § 10 ao art. 144 da Constituição Federal para definir a competência para a investigação criminal pelas polícias federal e civis dos Estados e do Distrito Federal. Rejeitada e Arquivada em 25 de junho de 2013.

BRASIL. Decreto nº 9.662, de 1º de Janeiro de 2019. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério da Justiça e Segurança Pública, remaneja cargos em comissão e funções de confiança e transforma cargos em comissão do Grupo-Direção e Assessoramento Superiores - DAS. Diário Oficial da União - Seção 1 - Edição Extra - A - 2/1/2019, Página 1.

BRASIL. Lei nº 13.844, de 18 de Junho de 2019. Estabelece a organização básica dos órgãos da Presidência da República e dos Ministérios; altera as Leis nos 13.334, de 13 de setembro de 2016, 9.069, de 29 de junho de 1995, 11.457, de 16 de março de 2007, 9.984, de 17 de julho de 2000, 9.433, de 8 de janeiro de 1997, 8.001, de 13 de março de 1990, 11.952, de 25 de junho de 2009, 10.559, de 13 de novembro de 2002, 11.440, de 29 de dezembro de 2006, 9.613, de 3 de março de 1998, 11.473, de 10 de maio de 2007, e 13.346, de 10 de outubro de 2016; e revoga dispositivos das Leis nos 10.233, de 5 de junho de 2001, e 11.284, de 2 de março de 2006, e a Lei nº 13.502, de 1º de novembro de 2017. Diário Oficial da União - Seção 1 - Edição Extra - A - 18/6/2019, Página 4

ANEXOS

Anexo A – Quadro de categoria

Quadro 1 – Categorias

Categorias Específicas		Categorias Gerais
Combate ao tráfico de drogas	Operações e ações no combate aos crimes de acordo com os relatórios	
Combate aos crimes fazendários		
Combate ao desvio de recursos públicos e corrupção		
Combate aos crimes contra o patrimônio e tráfico de armas		
Combate aos crimes cibernéticos		
Combate aos crimes contra o meio ambiente		
Combate aos crimes contra a Previdência Social		
Combate aos crimes eleitorais e crimes contra a comunidade		
Combate aos crimes contra Direitos Humanos		
Combate aos crimes financeiros		
Veículos	Estrutura da Polícia Federal	
Equipe		
Serviços, parcerias e eventos		
Edifícios		
Redes sociais da Polícia Federal		
Equipamentos		
Publicações específicas sobre os treinamentos	Treinamentos	
Publicações genéricas sobre os treinamentos		
Saúde	Remanescentes	
Datas comemorativas		
Nota de pesar		
K9		
Turismo		
Citação		Frases motivacionais
Afirmativa		
Votos institucionais		

Anexo B – Quadro geral

Quadro 2 - Quadro geral de categorias com números e percentuais

Twitter				Facebook				Instagram				Categorias Específicas	Categorias Gerais
2017	2018	total		2017	2018	total		2017	2018	total			
		nº	%			nº	%			nº	%		
277	99	376	13%	83	94	177	10%	21	9	30	4%	Combate ao tráfico de drogas	Operações e ações no combate aos crimes de acordo com os relatórios
322	52	374	13%	52	34	86	5%	4	2	6	1%	Combate aos crimes fazendários	
480	96	576	19%	142	90	232	14%	14	0	14	2%	Combate ao desvio de recursos públicos e corrupção	
146	46	192	6%	37	40	77	4%	5	0	5	1%	Combate aos crimes contra o patrimônio e tráfico de armas	
101	24	125	4%	28	26	54	3%	1	1	2	0%	Combate aos crimes cibernéticos	
98	31	129	4%	46	25	71	4%	25	10	35	4%	Combate aos crimes contra o meio ambiente	
134	37	171	6%	29	37	66	4%	0	0	0	0%	Combate aos crimes contra a Previdência Social	
16	8	24	1%	6	4	10	1%	2	1	3	0%	Combate aos crimes eleitorais e crimes contra a comunidade indígena	
86	23	109	4%	29	19	48	3%	15	6	21	3%	Combate aos crimes contra Direitos Humanos	
68	8	76	3%	9	9	18	1%	0	0	0	0%	Combate aos crimes financeiros	
19	10	29	1%	17	10	27	2%	16	9	25	3%	Veículos	
43	10	53	2%	41	11	52	3%	17	9	26	3%	Equipe	
153	18	171	6%	44	13	57	3%	13	8	21	3%	Serviços, parcerias e eventos	
28	4	32	1%	29	5	34	2%	14	4	18	2%	Edifícios	
9	1	10	0%	7	1	8	0%	4	0	4	0%	Redes sociais da Polícia Federal	
21	1	22	1%	14	0	14	1%	17	0	17	2%	Equipamentos	Treinamentos
54	15	69	2%	44	13	57	3%	43	15	58	7%	Publicações específicas sobre os treinamentos	
7	1	8	0%	5	1	6	0%	4	2	6	1%	Publicações genéricas sobre os treinamentos	
30	3	33	1%	18	0	18	1%	24	4	28	3%	Saúde	Remanescentes
53	21	74	2%	74	24	98	6%	35	11	46	6%	Datas comemorativas	
1	2	3	0%	0	2	2	0%	0	2	2	0%	Nota de pesar	
54	29	83	3%	46	28	74	4%	46	30	76	9%	K9	
1	0	1	0%	1	0	1	0%	0	1	1	0%	Turismo	
151	26	177	6%	139	27	166	10%	90	31	121	15%	Citação	
87	28	115	4%	68	31	99	6%	86	39	125	15%	Afirmativa	
170	55	225	8%	165	43	208	12%	142	56	198	24%	Votos institucionais	
2395	597	2992	100%	1147	570	1717	100%	593	235	828	100%	Total de publicações por mídia social	