

**SIMPÓSIO MERCADOS DE PROTEÇÃO E GOVERNANÇA DA
SEGURANÇA**

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA

12 a 14 de junho de 2019

GT4: VIOLÊNCIA, CRIMINALIDADE E SEGURANÇA PÚBLICA

**#SomosTodosPF: Um estudo exploratório sobre as publicações da
Polícia Federal no Facebook**

Carla Campos Avanzi

(Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Sociologia - UEL)

#SomosTodosPF: Um estudo exploratório sobre as publicações da Polícia Federal no Facebook

Carla Campos Avanzi¹

Resumo: O presente artigo analisará a estratégia de comunicação utilizada pela Polícia Federal no Facebook, a fim de compreender um dos aspectos da luta simbólica por poder pelas instituições da burocracia. Com esse estudo, busca-se responder às seguintes questões: A Polícia Federal utiliza constantemente as mídias sociais, especialmente o Facebook, como um dos seus principais meios de comunicação? A corrupção é o principal tema abordado ou outras temáticas são priorizadas nas publicações da PF em sua página no Facebook? A reação dos usuários é maior em publicações com o tema de corrupção ou é semelhante para todas as categorias de publicações? Para isso, foi realizado um levantamento das postagens na página oficial do Facebook da instituição durante o ano de 2018, com o propósito de averiguar a quantidade, frequência, e conteúdo das publicações.

Palavras-chave: Polícia Federal; Facebook; mídias sociais; corrupção.

Introdução.

O presente artigo analisará a estratégia de comunicação utilizada pela Polícia Federal (PF) no Facebook, a fim de compreender um dos aspectos da luta simbólica por poder pelas instituições da burocracia no âmbito estatal. Assim, foi feito um levantamento das postagens nas páginas oficiais do Facebook da Polícia Federal durante o ano de 2018, com o intuito de averiguar a quantidade de postagens, frequência, e conteúdo das publicações.

Os novos meios de comunicação têm gerado a necessidade de adaptação por parte das instituições burocráticas, que buscam atrair apoio popular no cumprimento de suas atividades. Com o advento da internet propiciou-se a difusão de informações de forma mais rápida e interativa, em contraposição a meios de comunicação tradicionais, como jornais impressos e televisão. O Facebook, por sua vez, é um dos sistemas com maior base de dados no mundo, justificando-se a escolha desta rede para a realização do estudo (RECUERO, 2009).

A Polícia Federal, que é vinculada ao poder executivo, tem o dever de “apurar infrações penais contra a ordem política e social ou em detrimento de bens, serviços

¹ Bacharel em Direito, Mestranda em Sociologia na Universidade Estadual de Londrina, bolsista da Capes, e-mail: carla_avanzi@hotmail.com.

e interesses da União ou de suas entidades autárquicas e empresas públicas” (CF, art. 144), de forma que sua atividade está intrinsecamente vinculada à apuração dos crimes de corrupção em que os agentes dos três poderes estejam envolvidos.

No âmbito dos possíveis conflitos decorrentes do sistema burocrático relacionados por Weber (1986), a busca por legitimidade se apresenta como um dos principais desafios. Sobre as disputas políticas, Bourdieu (2007) destaca que a busca pela legitimidade do poder constitui uma luta simbólica, em que se almejam os instrumentos de legitimação que decorrem do poder estatal. Esses instrumentos são distribuídos desigualmente entre os atores, de forma que há uma constante busca de ratificação do poder, como forma de impor seu posicionamento institucional sobre os demais atores do sistema. As estratégias de comunicação são mobilizadas para aumentar o poder simbólico, e garantir a continuidade do cumprimento de suas funções institucionais.

No que tange à polícia, destaca-se que ela é “autorizada porque lhe são conferidos respaldo legal e consentimento social para policiar” (MUNIZ e PROENÇA JR., p. 493, 2014). Esse consentimento social advém das representações e 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.

Dentre as estratégias de comunicação utilizadas pelas instituições, as mídias sociais online se constituem um importante instrumento de comunicação para esta finalidade, visto que as pessoas utilizam a rede para “formar novos padrões de interação e criar novas formas de sociabilidade e novas organizações sociais” (RECUERO, 2009, p. 89). Ainda que as mídias sociais compreendam algumas restrições, como público limitado, elas se apresentam como uma importante ferramenta de análise, principalmente pela possibilidade de aferição das interações com as publicações realizadas.

Esta pesquisa visa elucidar um dos aspectos da comunicação utilizada pela PF, no âmbito da luta simbólica por poder, a partir de sua página oficial no Facebook. Para isso, foi realizado um estudo exploratório dos conteúdos das postagens da página oficial da PF com o propósito de responder aos questionamentos seguintes.

A Polícia Federal utiliza constantemente as mídias sociais, especialmente o Facebook, como um dos seus principais meios de comunicação? O ambiente virtual

pode suscitar entre os atores a cooperação, o conflito e a competição, visto que as redes sociais são dinâmicas (RECUERO, 2009). Neste sentido, tem-se a hipótese que, por meio de estratégias diversas nas mídias sociais, as instituições visam angariar apoio popular para a realização de suas atribuições institucionais, com a utilização de publicações freqüentes que atraíam a atenção do público, como um aspecto da competição no ciberespaço.

A corrupção é o principal tema abordado ou outras temáticas são priorizadas nas publicações da PF em sua página no Facebook? A reação dos usuários é maior em publicações com o tema de corrupção ou é semelhante para todas as categorias de publicações? Como a operação Lava Jato (realizada conjuntamente pela Polícia Federal e o Ministério Público Federal) constitui-se como objeto atípico de utilização da mídia por instituições, outra hipótese deste trabalho é que a Polícia Federal visa divulgar com maior frequência os assuntos relacionados ao combate à corrupção, como forma de ratificar sua atuação nesta seara. Além disso, as reações dos usuários às publicações da instituição tendem a ser mais intensas em publicações sobre a corrupção, em comparação às publicações de outras temáticas, haja vista a repercussão da operação na grande mídia.

Para atingir os fins almejados, foi realizado um levantamento das postagens na página oficial no Facebook da Polícia Federal, durante o ano de 2018, verificando-se a frequência e quantidade de postagens, bem como a análise do conteúdo das publicações. O trabalho está dividido em duas partes: inicialmente apresentaremos os procedimentos metodológicos utilizados; após, serão apresentados os principais resultados e conclusões.

Metodologia

A página oficial no Facebook da Polícia Federal constitui importante fonte de informação visto que é um dos principais canais de comunicação dessa instituição com a sociedade, juntamente com as coletivas de imprensa e outras entrevistas concedidas. Além disso, uma das peculiaridades desta fonte de informação é a possibilidade de aferir, ao menos em alguns aspectos, a reação dos receptores da informação, mensurando curtidas, comentários e compartilhamentos (reações específicas do Facebook), o que não ocorre nos meios de comunicação tradicionais, em que são necessárias técnicas mais sofisticadas para apurar essa reação.

Ainda que as mídias sociais constituam um canal limitado de comunicação, visto que 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, além da possibilidade de interação entre os usuários e a grande rapidez com que a informação é transmitida.

Para Feijó e Valete, os fatos sociais só podem ser considerados informação e passam a ter significância se eles forem “ordenados, sistematizados, encaixados em esquemas de classificação, conceitos teóricos ou outros padrões (2005, p. 9). Após este procedimento, os fatos sociais poderão constituir uma base para o conhecimento. Feijó e Valente 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” (2005, p.10). Ainda que o trabalho de Feijó e Valente 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 à categorizações, foram sistematizados e analisados a partir de premissas teóricas com a finalidade de produzir inferências válidas.

Para atingir os fins almejados, foi realizado um levantamento das postagens na página oficial da Polícia Federal, durante o ano de 2018, verificando-se a frequência e quantidade de postagens, bem como o conteúdo das publicações. O corpus da pesquisa foi composto por todas as publicações na página oficial da polícia Federal no Facebook, compreendendo textos, imagens, links e vídeos publicados na página durante o ano de 2018.

O documentos coletados foram referentes ao período de 1 ano, de 1 de janeiro de 2018 a 31 de dezembro de 2018. O período foi delimitado com a finalidade de abarcar um ciclo completo de publicações, a fim de diminuir a interferência de pautas temporárias, como as eleições ou as festas de final de ano por exemplo. Além disso, o lapso de tempo entre a publicação e a coleta de dados é importante, visto que as publicações já adquiriam certa estabilidade do número de interações dos usuários da rede, como curtidas, comentários e compartilhamentos. Considerando que na dinâmica das mídias digitais existe uma tendência de grande movimentação logo que são postadas, bem como de estagnação alguns dias após a publicação, a coleta de dados realizada referente ao ano de 2018 permite mais estabilidade para análise dos dados. A coleta de documentos e informações foi

realizada manualmente, sem a utilização de softwares específicos, no período de 04 a 18 de fevereiro de 2019.

Para cada publicação foi preenchida uma ficha individual com os seguintes elementos: data da postagem, natureza da postagem (link, imagem, vídeo etc), tema principal, pilar (Institucional, atribuição, outros), texto inserido na publicação, texto descritivo, curtidas, comentários, compartilhamentos, visualização (no caso de vídeos), e direcionamento a links externos (quando ocorreram).

André Cellard destaca que documento consiste em “todo texto escrito, manuscrito ou impresso, registrado em papel”, ou seja, “fontes, primárias ou secundárias, que, por definição, são exploradas – e não criadas – no contexto de um procedimento de pesquisa” (2008, p. 297). Para Sá-Silva, Almeida e Guindani (2009) o conceito de documento transcende o conceito de texto escrito ou impresso, agregando outros tipos de fontes não escritas, como filmes, vídeos, slides, fotografias, dentre outros. Neste sentido, a análise de postagens nas mídias sociais pode ser considerada uma análise de documentos, visto que representam manifestações legítimas e registradas das Instituições em foco, sem interferência do pesquisador.

Sobre a classificação dos documentos, André Cellard (2008) destaca que os documentos escritos podem se dividir em públicos e privados. Enquanto os documentos públicos se dividem em arquivos públicos (ex. arquivos governamentais, arquivos do estado civil, arquivos de natureza notarial, etc); e documentos públicos não arquivados (ex. jornais, revistas, periódicos, publicidade, anúncios, etc). Os privados se dividem em arquivos privados (ex. documentos de organizações políticas, sindicatos, igrejas, empresas, etc); e documentos pessoais (ex. diários, correspondências, documentos de família, etc) (2008, p. 298). Assim, as postagens nas páginas oficiais no Facebook das instituições analisadas podem ser consideradas documentos públicos não arquivados, conforme as categorias apresentadas por Cellard (2008).

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 objetivos. Assim, inicialmente os materiais foram classificados por sua natureza (vídeo, imagem, links ou compartilhamentos de outras páginas) e categorizadas em temáticas principais. A segunda etapa da pesquisa trata-se da exploração do material que, para Bardin, constitui a “aplicação sistemática das

decisões tomadas” (2016, p. 132). Nesta etapa, as postagens foram realocadas, a fim de aferir algumas conclusões vinculadas às hipóteses inicialmente estabelecidas. Além disso, foram analisados os dados de interações dos usuários nas duas páginas.

Principais Resultados.

O Departamento da Polícia Federal é um órgão subordinado ao Ministério da Justiça, e sua função e organização estão previstas no art. 144, §1º, da Constituição de 1988². A página oficial da Polícia Federal – PF no Facebook contava com 2.732.926 seguidores no momento em que foi realizada a coleta de dados, e sua descrição na mídia social remete ao site oficial da instituição: www.pf.gov.br. A página contém ainda a data de criação da instituição, missão, informações gerais sobre a sua criação, bem como um link direto para envio de mensagens.

Ao longo do ano de 2018, foram feitas 569 postagens na página oficial da PF no Facebook, uma média de 1,55 postagens por dia,. Dessas postagens, com relação à sua natureza, 501 (88,05%) foram imagens, com ou sem texto inserido; 67 (11,78%) foram vídeos; e apenas 1 (0,18%) link de site externo, sem imagem vinculada. Verifica-se assim, uma predominância de postagens com imagens, No entanto, na página da PF não foram compartilhadas postagens de outras páginas do Facebook. Além disso, o percentual de vídeos da PF (11,78%) é relativamente alto, se considerarmos que o tempo despendido para sua elaboração é bem maior que o necessário para a produção de uma imagem simples. Ao verificarmos o teor dos vídeos, no entanto, constata-se que muitos deles são institucionais, em que o mesmo vídeo foi postado em diversas ocasiões, apenas informando sobre alguma atividade da PF naquele dia. Esses vídeos institucionais possuem a descrição “*PF nas Ruas. #EuConfioNaPF*”, com trechos de vídeo genéricos de carros de PF em movimento. Assim, o mesmo vídeo institucional é postado em diversas ocasiões,

² § 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;

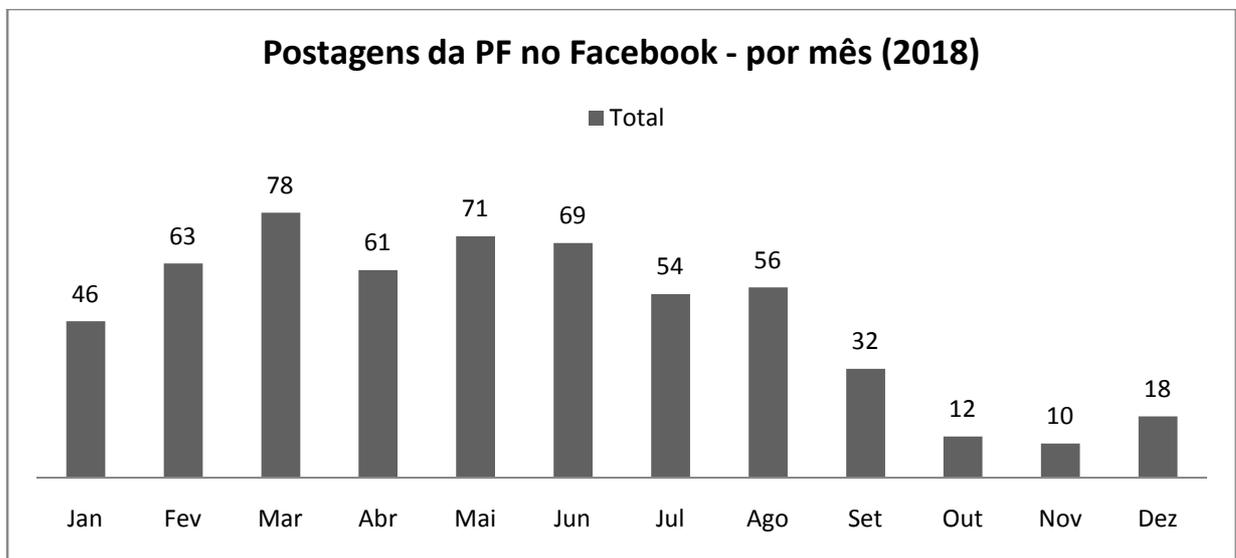
II - prevenir e reprimir o tráfico ilícito de entorpecentes e drogas afins, o contrabando e o descaminho, sem prejuízo da ação fazendária e de outros órgãos públicos nas respectivas áreas de competência;

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

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

diferenciando-se apenas o texto de descrição da postagem, que quase sempre remete às atividades da PF, como operações deflagradas naquele dia, ou cumprimento de mandados de prisão. Assim, a utilização de vídeos pela PF se apresenta como uma estratégia para atrair a atenção para as atividades do dia, em que o teor se encontra no texto de descrição, e não necessariamente atrair a atenção para o conteúdo do vídeo em si. Sobre a distribuição das publicações por mês, temos o gráfico a seguir:

Figura 1 – Dados de postagens na página oficial da PF no Facebook, por mês, em 2018.



Fonte: Facebook (2018), gráfico elaborado pela autora.

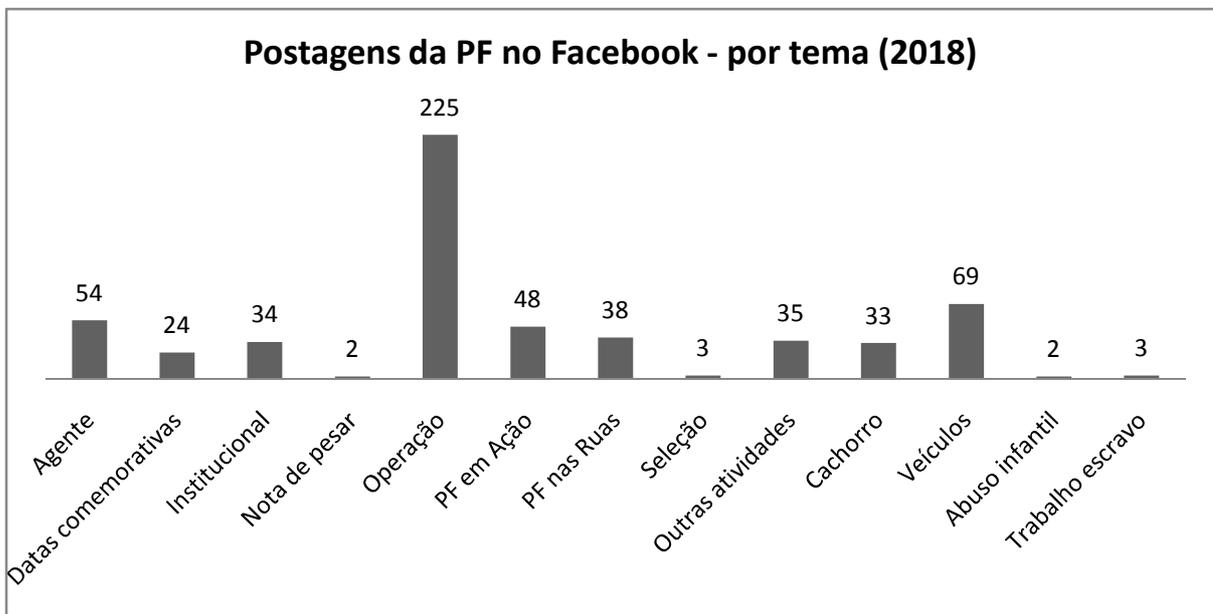
Com relação à frequência de publicações na página, verifica-se que ocorreram publicações em todos os meses, de forma que a instituição utiliza constantemente o Facebook como instrumento de comunicação. No entanto, não se pode constatar uma regularidade de publicação entre os meses, visto que há grande oscilação entre os números de publicações, de forma que em alguns meses ocorrem até 7 vezes mais publicações que em outros.

Para fins de categorização foi considerado o tema principal da publicação, ponderando a imagem e texto de descrição, ainda que a postagem contenha outros elementos subsidiários. Inicialmente as publicações foram divididas em 13 categorias temáticas. Uma ressalva sobre isso deve ser feita com relação às postagens com a temática “*PF em Ação*” ou “*PF nas Ruas*”, que também podem ser

referentes a operações realizadas pela polícia. No entanto, como o título dessas postagens foi específico em essa denominação, em que a própria instituição a alocou em categorias com esse tema, essa denominação foi considerada para a primeira categorização como tema principal.

O gráfico a seguir demonstra as temáticas principais das postagens na página da PF no Facebook:

Figura 2 – Dados de postagens na página oficial da PF no Facebook, por temas, em 2018.



Fonte: Facebook (2018), gráfico elaborado pela autora.

As postagens categorizadas como “agentes”, “veículos” ou “cachorros” não se referem a conteúdos com essas temáticas, mas a postagens que trazem diretamente esses elementos, como imagens de cachorros ou agentes em atividade. As postagens com esses 3 elementos especificamente (cachorros, agentes e veículos), não contém textos nas imagens, nem indicam atividades específicas da PF, mas normalmente são acompanhadas de frases genéricas em sua descrição como “*bom dia*” e “*bom final de semana*”, visando apenas o reforço institucional e não necessariamente a transmissão de informações sobre as atividades da PF.

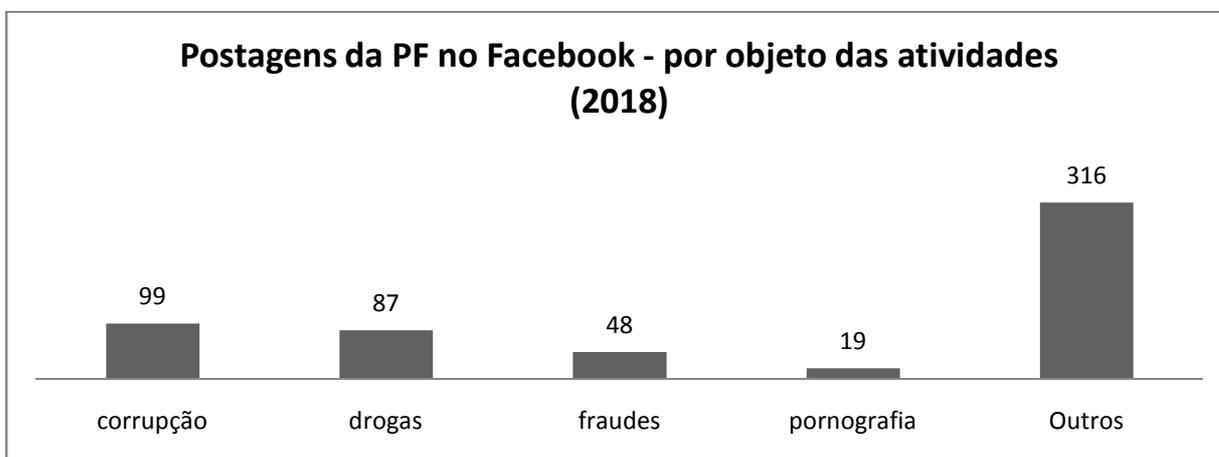
As postagens consideradas na categoria “Institucional” remetem diretamente à PF no texto, reforçando a imagem da instituição. Nesta categoria encontram-se,

por exemplo, a divulgação de cursos da Associação Nacional de Polícia (ANP) e inauguração do Centro Integrado de Comando e Controle das Eleições (CICCE). As categorias “PF nas Ruas” e “PF em Ação” englobam atividades policiais que não enquadradas especificamente como operações, como por exemplo, mandados de busca e apreensão, prisões e apreensão de drogas.

Observa-se um destaque para postagens de Operações da PF, que representam 37,48% do total, seguida das postagens com veículos em 12,11% do total de postagens. Em terceiro lugar encontram-se as postagens com agentes da PF, em 9,47% das postagens.

Ainda que o tema da corrupção não se apresente como temática principal, como ocorre na página do MP por exemplo, o assunto integra várias das postagens de outras categorias inicialmente constituídas. Assim, as postagens foram re-categorizadas por objetos principais das operações ou atividades da PF, conforme a figura abaixo:

Figura 3 – Dados de postagens na página oficial da PF no Facebook, por objeto das atividades, em 2018.



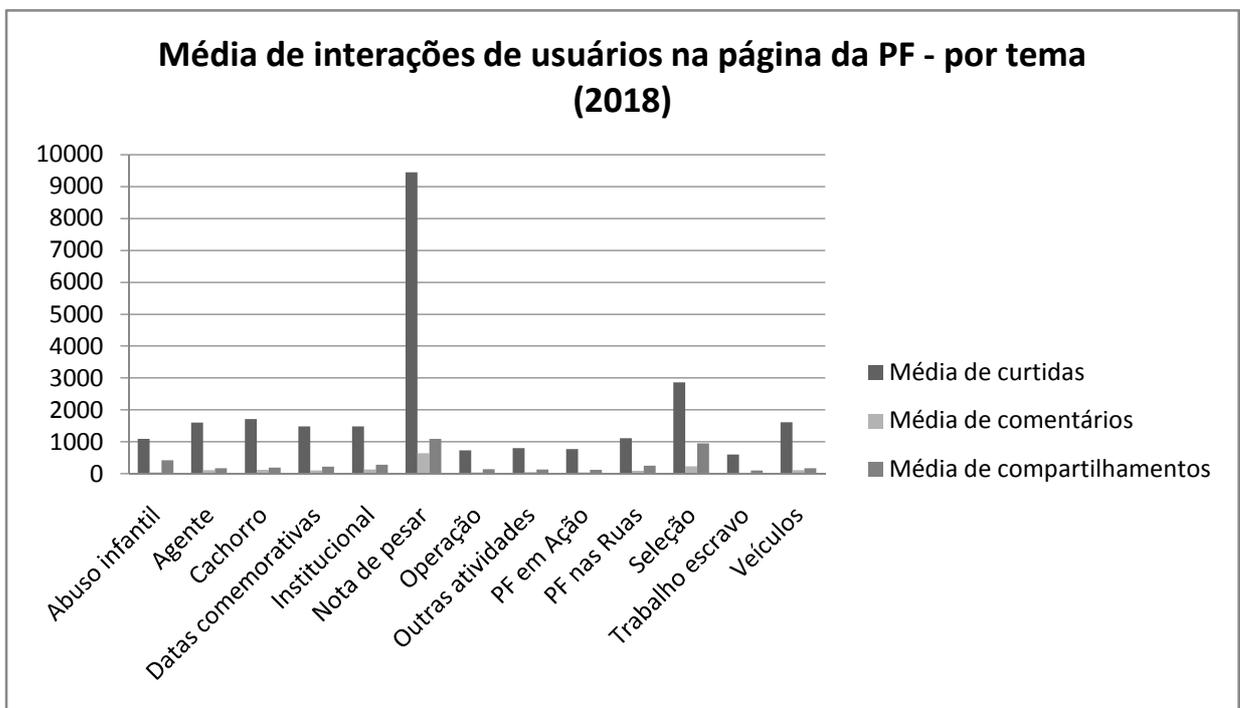
Fonte: Facebook (2018), gráfico elaborado pela autora.

Assim, dentre os principais objetos das operações deflagradas pela PF e demais atividades da instituição, destaca-se que a corrupção é uma das principais categorias abordadas na página oficial no Facebook, representando cerca de 17% do total de postagens. Logo após encontram-se as publicações com foco na apreensão de drogas e combate ao tráfico, com cerca de 15% do total de postagens. O combate à fraudes e à pornografia infantil também mostram expressividade nas

publicações. A categoria “Outros” engloba as postagens meramente institucionais (como fotos de agentes, por exemplo), datas comemorativas, ou categorias com menos expressividade numérica que as demais categorias. Haja vista a grande diversidade de crimes de âmbito federal, a proeminência desses quatro categorias representa uma preferência de publicação de operações sobre determinados temas.

Com relação às interações dos usuários, a média geral de curtidas por postagem na página da PF é de 1113, a média de comentários é de 74, e a média de compartilhamentos é de 171. Destaca-se que média de compartilhamentos é maior que a de comentários, indicando que os usuários podem considerar o conteúdo relevante para compartilhar com a sua rede pessoal de amigos, mas não necessariamente comentam sobre isso na própria página da PF. Ao aferirmos a média de interações de acordo com cada temática, temos o gráfico a seguir:

Figura 4 – Dados de médias de interações nas postagens na página oficial da PF no Facebook, por temas, em 2018.



Fonte: Facebook (2018), gráfico elaborado pela autora.

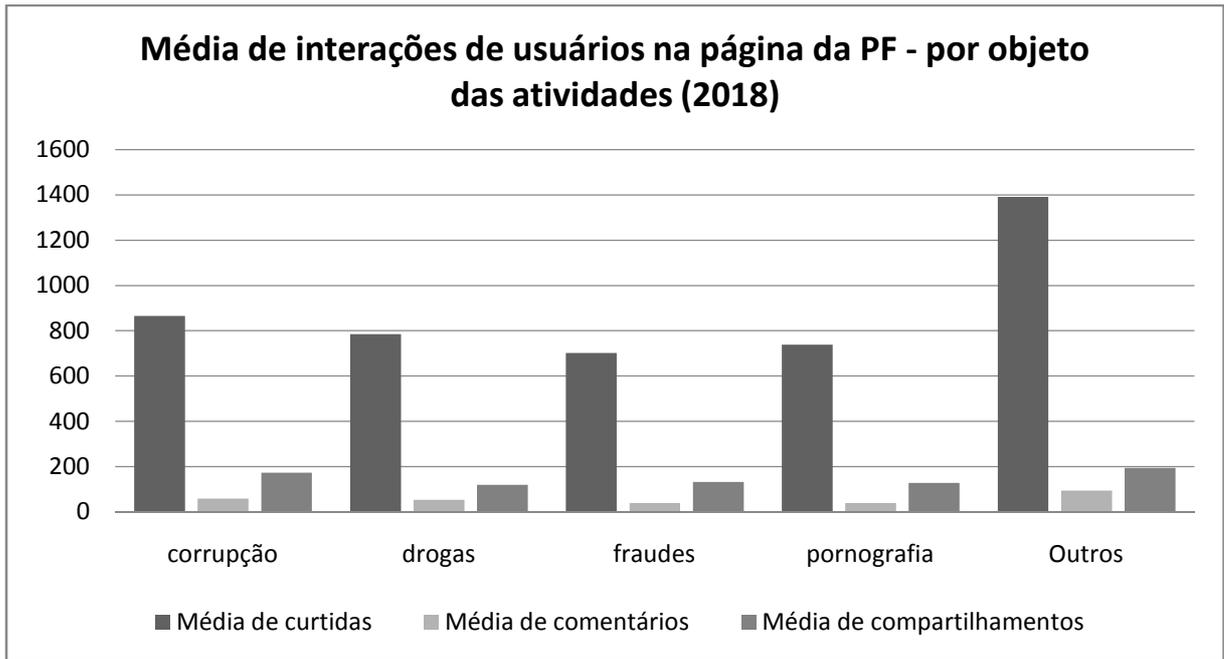
Verifica-se no gráfico que a média de interações em publicações de notas de pesar é muito maior que a média de interações em outros tipos de postagem, evidenciando que o público se solidariza e se identifica com os agentes da

instituição. Como será destacado a seguir, a PF possui como uma de suas estratégias o reforço de identificação dos usuários com os valores da instituição, com o uso de hashtags “*SomosTodosPF*”, por exemplo. Um dos resultados desta estratégia de identificação é a grande quantidade de interações em notas de pesar, por exemplo, ainda que esse tipo de postagem represente um baixo percentual em comparação às postagens de outros temas, com apenas 2 publicações. As publicações sobre notas de pesar atingiram níveis de interações quase 10 vezes maiores que a média comum, sendo que uma postagem atingiu 11.000 curtidas e a outra atingiu 7900 curtidas. É evidente que esse número de interações de solidariedade em notas de pesar não se restringe ao círculo de amigos e familiares do ente que faleceu, mas indica grande mobilização dos seguidores da página em torno dos agentes da instituição.

Em seguida verifica-se grande interação também nas postagens sobre seleções. As seleções na página da PF se referem principalmente à divulgação de informações sobre concursos para ingressar na instituição, o que explica a grande interação nas publicações sobre o tema por parte dos “concurseiros” e seus conhecidos. Assim, o grande índice de interações nessa categoria indica que os usuários valorizam o ingresso na instituição, seja por eles mesmos ou por familiares e conhecidos que eventualmente são marcados nas publicações.

Com relação à média de interações por objeto de atividades desenvolvidas pela PF, podemos fazer algumas constatações.

Figura 5 – Dados de médias de interações nas postagens na página oficial da PF no Facebook, por objeto das atividades, em 2018



Fonte: Facebook (2018), gráfico elaborado pela autora.

Ao verificarmos as interações dos usuários por objeto das atividades desenvolvidas pela PF destaca-se que não há predominância de interações em nenhuma atividade específica, de forma que as interações não apresentam grande oscilação entre os pilares. Assim, ainda que as atividades sobre corrupção representem um número expressivo de publicações na página, conforme demonstrado na figura 3, a média de interações dos usuários nas postagens sobre o tema não é expressivamente maior com relação às demais. Neste sentido, ainda que a operação Lava Jato, que visa combater os crimes de corrupção, apresente grande repercussão midiática, não há uma preferência latente dos usuários da rede com relação à temática. Merece um destaque nesta figura a elevada média de interações na categoria “Outros”, que não engloba as principais atividades desenvolvidas pela PF, mas contém as principais publicações de cunho institucional, como fotos de agentes, veículos, notas de pesar, processos seletivos, dentre outros.

Com relação ao discurso emitido pela PF em sua página, uma forte característica das publicações na página oficial da PF no Facebook é a divulgação de operações deflagradas e demais atividades policiais, como apreensão de drogas e cumprimentos de mandados de prisão, que foram elencadas nas categorias de “PF em Ação” e “PF nas ruas”. As postagens possuem o condão de informar principalmente sobre as atividades desenvolvidas pela PF. Raramente encontram-se

informações gerais que não estejam vinculadas às atividades policiais desenvolvidas. Além disso, cerca de 57% das postagens remetem o usuário ao site oficial da PF, que contém mais informações sobre as Operações e atividades realizadas. Ao analisarmos o conteúdo das postagens, verifica-se que a PF faz amplo uso de *hashtags* em suas publicações, como por exemplo “*EuConfionaPF*”, “*BoaTarde*”, “*Brasil*”, dentre outras.

Os nomes das operações realizadas também aparecem com o uso de *hashtags*. As *hashtags* podem ser colocadas no início ou final da frase, ou mesmo no meio da oração, seja no texto de referência ou na própria postagem, como nos exemplos a seguir:

- 03/01/2018 – “O policial do #COT precisa ter, além dos músculos, nervos fortes. #Equilíbrio psicológico é um fator fundamental para o #sucesso de nossas #operações. #PFemAção #EuConfionaPF”
- 16/09/2018 – “#Perícia sendo realizada em uma agência dos Correios em Porto de Trombetas/PA. Um bom #domingo #Brasil. A PF não pára!”
- 23/09/2018 – “Um ótimo #domingo #Brasil!”
- 02/10/2018 – “Nosso #cão #Elvis, do #K9, nos dando um grande auxílio na apreensão de 36kg de #drogas no #Acre.”
- 19/12/2018 – “#PFemAção: Estamos cumprindo 8 mandados de busca e apreensão expedidos pelo STF. A ação tem como objetivo investigar o recebimento de vantagens indevidas por um ex prefeito, atualmente exercendo o cargo de Ministro.”

A utilização de *hashtags* possui a finalidade de facilitar a busca de informações na rede sobre o seu conteúdo, como também de gerar empatia do público. Assim, o uso da hashtag “*Brasil*”, por exemplo, além de reproduzir a publicação da PF quando os usuários pesquisam sobre o tema, também reforça o posicionamento de que a PF é essencial para o país

Conclusões.

Após a análise dos documentos coletados, verificou-se que a Polícia Federal utiliza constantemente as mídias sociais em sua comunicação, publicando

intensamente sobre os diversos temas de suas atividades e atribuições. No entanto, a frequência de publicações não é a mesma entre os meses. Cumpre analisar posteriormente se essa oscilação está relacionada à frequência de atividades desenvolvidas pela PF, ou se representa a conveniência do setor responsável pela comunicação da Instituição das redes sociais.

Além disso, ainda que a página da PF não destaque a corrupção como principal tema a de suas postagens, o assunto permeia 17% do total de publicações, representando que o tema é de grande relevância nas atividades divulgadas em sua página oficial. No entanto, a média de interações em publicações deste tema não se destaca expressivamente, indicando que os usuários não têm preferências explícitas por publicações sobre corrupção. É importante verificarmos se esse índice de publicações sobre corrupção reflete o percentual semelhante do total de atividades desenvolvidas pela PF rotineiramente, ou se reflete apenas uma escolha no momento da divulgação nas redes sociais, o que pode ser objeto de estudos posteriores.

Há uma grande mobilização em torno dos agentes da instituição, que ficou evidenciada com o grande número de interações em notas de pesar, ainda que esse tipo de publicação tenha ocorrido apenas duas vezes durante o ano de 2018. Essa identificação e empatia com os agentes da PF são incentivadas pela instituição com a publicação frequente de agente em atividade. Além disso, a utilização de *hashtags* também favorece essa identificação, indicando maior proximidade e reforçando a identificação dos usuários com os valores da instituição

Referências

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

BAUER, M.; GASKELL, G. (ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

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

CELLARD, André et al. **A análise documental**. In: POUPART, J. et al. *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos*. Petrópolis: Vozes, 2008.

FEIJÓ, C.; VALENTE, E. **As estatísticas oficiais e o interesse público**. Bahia Análise & Dados, Salvador, v. 15, n. 1, p. 43-54, jun. 2005. Disponível em: http://www.icad.puc-rio.br/cfeijo/pdf/artigofeijo_e_valente.pdf. Acesso: 17/02/2019.

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

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.

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

POLÍCIA FEDERAL-Ministério extraordinário da Segurança Pública. Disponível em: <http://www.pf.gov.br/imprensa/lava-jato>. Acesso em 15 de dezembro de 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, nº1, p.55-65, jan/jun 2013.

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

SÁ-SILVA, J. R.; ALMEIDA, C. D.; GUINDANI, J. F. **Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas**. Revista Brasileira de História & Ciências Sociais, Ano n. 1, 2009.

WEBER, Max. **“Os três tipos puros de dominação legítima”**. In: Cohn, G. (org.). Max Weber: sociologia. São Paulo: Ática, 1986.