



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

LEI DE ABUSO DE AUTORIDADE: Uma análise do Instagram do 14º Batalhão de Polícia Militar do Estado do Maranhão¹

Thalyta Oliveira dias da SILVA²
Nícia de Oliveira SANTOS³
Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, UFMA

RESUMO

O presente trabalho busca registrar e refletir sobre os conteúdos das publicações do Instagram do 14º Batalhão de Polícia Militar em Imperatriz em dois momentos. O primeiro referente ao mês de janeiro de 2019, período em que a organização militar era regida pela lei de Abuso de Autoridade, nº 4.898/1965 e em um segundo momento, em janeiro de 2020 sob a nova lei de Abuso de Autoridade, nº 13.869/2019. Diante disso, a pesquisa também busca compreender as mudanças provocadas pela nova lei nos conteúdos das postagens publicadas pela assessoria de comunicação do batalhão, uma vez que as novas normas provocaram alterações nas atividades exercidas pelos profissionais da segurança pública. Para a construção da pesquisa foi realizado um levantamento bibliográfico com alguns autores como Duarte (2006) e Recuero (2009). A técnica empregada é da análise de conteúdo por Laurence Bardin, que utilizam procedimentos qualitativos, seja para coleta quanto para exploração das informações. Assim, para atingir melhor os resultados da pesquisa, usamos também a técnica da entrevista semi-estruturada, (MINAYO, 2010) em que o entrevistado e o entrevistador têm liberdade de atuação durante a conversa.

PALAVRAS-CHAVE: Lei; Polícia Militar; Maranhão; Comunicação; Instagram;

¹ Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca do curso de Comunicação Social, com Habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Maranhão – CCSST, como requisito para a obtenção do grau de especialista em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional.

² Pós-graduanda em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional (UFMA); Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela UFMA. E-mail: thalyta.dias@hotmail.com

³ Mestra em Comunicação, Cultura e Cidadania pela UFG. Orientadora deste trabalho. E-mail: niciadeoliveira@hotmail.com



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

INTRODUÇÃO

Cerca de 4,39 bilhões de pessoas usam a internet em todo o mundo de acordo com os últimos dados obtidos pela pesquisa *Digital in 2019*, realizada pela We Are Social e Hootsuite. Os dados mostram ainda que 3,26 bilhões de pessoas são usuários das mídias sociais, no ranking dos países que permanecem mais tempo nas mídias sociais, o Brasil ocupa o segundo lugar, perdendo apenas para Filipinas.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística- IBGE, o número de domicílios brasileiros que utilizavam a Internet subiu de 74,9% para 79,1%, de 2017 para 2018. E aponta que neste mesmo período o percentual de pessoas que tinham celular próprio subiu de 78,2% para 79,3%.

Nesse contexto apresentado, percebe-se um crescimento no acesso à internet nos últimos anos, sendo um espaço não só de entretenimento, mas de negócios, diálogo e até mesmo de prestação de contas à sociedade. Indo ao encontro dessa conjuntura, as organizações públicas têm utilizados o meio digital como instrumento de diálogo para com a sociedade. As tecnologias digitais proporcionaram através de suas ferramentas uma melhor comunicação entre organização e público alvo. Duarte (2006, p. 2) lembra que esse processo comunicacional ocorre:

[...] pelos fluxos de informação e de interação entre agentes públicos e atores sociais (governo, Estado e sociedade civil – inclusive partidos, empresas, terceiro setor e cada cidadão individualmente) em temas de interesse público. Ela trata de compartilhamento, negociações, conflitos e acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva.

Dentre as várias tecnologias digitais, destaca-se as redes sociais digitais como um ferramenta em ascensão no sentido de construir esse fluxo de informação entre o setor público e a comunidade em geral. Como lembra Recuero (2009), as redes sociais, entre outros, trazem valores, como a visibilidade, ou seja, o indivíduo é mais visto em rede; a reputação compreendida como a percepção construída de alguém pelos demais atores ajudando a construir impressões deste indivíduo conectado; e a autoridade a qual se refere ao poder de influência de um nó na rede social.

Das redes sociais que proporcionam essa interação, destacamos o Instagram, por ser uma plataforma que oferece diversos serviços, como compartilhamento de fotos, e vídeos. A partir disso, tem-se como objeto de pesquisa o Instagram do 14º Batalhão de Polícia Militar em Imperatriz.



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

Assim para essa verificação e análise foram catalogados conteúdos das publicações referente ao mês de janeiro de 2019, período em que a organização militar era regida pela lei de Abuso de Autoridade, nº 4.898/1965, e janeiro de 2020 sob a nova lei de Abuso de Autoridade, nº 13.869/2019.

Para coleta de dados e informações sobre a abordagem foi realizada a pesquisa bibliográfica, dentre os autores utilizado neste processo destacamos Duarte (2006) e Recuero (2009). Em continuidade com a pesquisa também usamos a análise de conteúdo de Bardin (2011) definida em três fases fundamentais: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, tido como a inferência e a interpretação.

COMUNICAÇÃO PÚBLICA NA POLÍCIA MILITAR DO MARANHÃO

Qualquer diálogo entre o público que promova a democracia e a construção da cidadania é tido como uma comunicação pública. Como enfatiza Duarte (2006, p. 2): “A Comunicação Pública ocupa-se da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão. Assim, fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo”.

Neste cenário, as organizações públicas têm buscado fortalecer sua imagem perante a sociedade e para isso tem feito uso das mídias sociais por elas serem fonte de uma comunicação voltada para participação e interação dos envolvidos. Diante disso, algumas organizações têm um departamento voltado para a comunicação, é o exemplo da Polícia Militar que tem um setor chamado de 5ª seção ou PM-5, uma assessoria com o objetivo de auxiliar o comandante da corporação em assuntos relativos à imprensa, divulgação de eventos/ ações, confecção de convite, de releases, realização de confraternizações para o público interno, bem como o gerenciamento e execução de cerimoniais como formaturas e solenidades.

Seguindo a tendência de mercado, a Polícia Militar do Estado do Maranhão também criou perfis nas mídias sociais. Atualmente como fonte oficial, faz uso de um web site com endereço <https://pm.ssp.ma.gov.br/> em que a assessoria de comunicação divulga ações, e informações a respeito de assuntos internos e externos da corporação. Enquanto que os Batalhões de Polícias, localizado no interior do Estado utilizam as mídias digitais mediante a escolha do Comandante,



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

normalmente representada pela figura de um Tenente Coronel, conforme suas possibilidades e objetivos.

Diferentemente das organizações privadas que visa a lucratividade, as organizações públicas objetivam ter uma participação social com uma interação positiva entre seu público. Nas organizações que atuam na área de segurança pública, as redes sociais também têm possibilitado um novo modelo de comunicação, tornando-se instrumento de interação e diálogo com a sociedade.

Uma peculiaridade na divulgação de notícias que a assessoria da Polícia Militar precisa seguir é a lei de Abuso de Autoridade, nº 13.869/2019, sancionada no dia 05 de setembro de 2019, pelo presidente da República Jair Bolsonaro e que entrou em vigor no dia 03 de janeiro deste ano.

Entende-se como abuso, o uso do poder extrapolado, sem obedecer às condutas prescritas em lei. Assim o crime de abuso de autoridade é praticado com a intenção de prejudicar o outro, beneficiar a si mesmo ou até mesmo terceiro por mera satisfação pessoal. Diante disso, a lei destaca os agentes que são submetidos às novas normas.

Art. 2º É sujeito ativo do crime de abuso de autoridade qualquer agente público, servidor ou não, da administração direta, indireta ou fundacional de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Municípios e de Território, compreendendo, mas não se limitando a:

- servidores públicos e militares ou pessoas a eles equiparadas;
- membros do Poder Legislativo;
- membros do Poder Executivo;
- membros do Poder Judiciário;
- membros do Ministério Público;
- membros dos tribunais ou conselhos de contas. (BRASIL, 2019)

Diante disso, a nova lei estabelece algumas normativas; quanto a divulgação de imagem de pessoa detida, identificação policial, condução de detidos, ingresso à domicílio, fraude processual, socorro hospitalar, utilização indevida do cargo e o uso da força. Assim a pesquisa teve como base os seguintes artigos:

Art. 13. Constranger o preso ou o detento, mediante violência, grave ameaça ou redução de sua capacidade de resistência, a:

- I - exhibir-se ou ter seu corpo ou parte dele exibido à curiosidade pública;
- II - submeter-se a situação vexatória ou a constrangimento não autorizado em lei;
- III - produzir prova contra si mesmo ou contra terceiro:

Pena - detenção, de 1 (um) a 4 (quatro) anos, e multa, sem prejuízo da pena cominada à violência.



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

Art. 38. Antecipar o responsável pelas investigações, por meio de comunicação, inclusive rede social, atribuição de culpa, antes de concluídas as apurações e formalizada a acusação:
Pena - detenção, de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa. (BRASIL, 2019)

Assim, a lei proíbe a autoridade policial de divulgar identidades, imagens (vídeos/ fotos) da pessoa detida, nem mesmo imagens borradas da pessoa de costa, ou iniciais do seu nome. Essa nova lei detalhou e impôs penas mais rígidas ao abuso de autoridade, com penas de até quatro anos de detenção, multas e indenizações.

BREVE HISTÓRICO DA POLÍCIA MILITAR NO ESTADO DO MARANHÃO

No estado do Maranhão, a Polícia Militar surge com o “Corpo de Polícia da Província do Maranhão”, através da Lei Provincial, nº 21, de 17 de junho de 1836, e era constituída por um Estado-Maior e quatro Companhias de Infantarias. Com o passar dos anos, a corporação recebeu várias denominações, como: Corpo de Segurança Pública, Corpo de Infantaria, Corpo Militar do Estado, Batalhão Policial do Estado, Força Policial Militar do Estado e Brigada Auxiliar do Norte. Somente no ano de 1915, passou a ser chamada de Polícia Militar do Maranhão.

A partir de 1966, foi criada a Companhia Escola além do 1º BPM responsável pelo policiamento da capital e o 2º BPM, responsável pelo interior do Estado. Logo depois, a organização passou a ter pelo menos uma unidade, subunidade ou posto policial em cada município do estado. Vale ressaltar que a estrutura operacional da Polícia Militar é subordinada diretamente ao Comando Geral, segundo o artigo 31 e 32 do Estatuto Militar do Estado do Maranhão:

Art. 31 - O Comandante-Geral da Polícia Militar será nomeado pelo Governador do Estado, escolhido dentre Oficiais da ativa do último posto do Quadro de Combatentes, obedecido também o que estabelece a legislação a legislação federal em vigor.

Art. 32 - O Cargo de Chefe do Estado-Maior, exercido cumulativamente com funções de Subcomandante, e o cargo de Subchefe do Estado-Maior serão exercidos obrigatoriamente por Coronéis QOPM da ativa da Corporação, nomeados pelo Governador do Estado. (MARANHÃO, 1995)



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

Ainda conforme o Estatuto Militar do Estado do Maranhão a organização tem como base a hierarquia e disciplina, como mostra o artigo 17:

§ 1º - A hierarquia militar é a ordenação da autoridade em níveis diferentes, observadas a subordinação em diversos postos e graduações que constituem a carreira militar.

I – a ordenação se faz por postos e graduações, observada a antiguidade no posto ou graduação;

II – o respeito à hierarquia é consubstanciado no espírito de acatamento à sequência da autoridade.

§ 2º - A disciplina é a rigorosa observância e o acatamento integral às leis, regulamentos, normas e disposições que fundamentem o organismo policial-militar e coordenam o seu funcionamento regular e harmônico, traduzido pelo perfeito cumprimento do dever por parte de todos e de cada um dos integrantes da Organização Policial-Militar. (MARANHÃO, 1995)

Sendo assim, a organização militar no Estado passa a ser dividida em Comando de Missões Especiais- CME; Comando de Policiamento Especializado- CPE; Comando de Policiamento de Área Metropolitana-1, Comando de Policiamento de Área Metropolitana-2, Comando de Policiamento de Área Metropolitana-3; Comando de Segurança Comunitária-CSC, e Comando de Policiamento do Interior- CPI.

Imperatriz, a segunda maior cidade do estado, compreende ao Comando de Policiamento do Interior- CPI, mais precisamente ao Comando de Policiamento de Área do Interior-3, conhecido como CPAI-3. Com cerca de 260 mil habitantes, a cidade possui dois Batalhões de Polícia Militar: o 3º BPM e o 14º BPM, além do 2º Esquadrão de Polícia Montada, unidade gestora que abrange toda a área do CPAI-3.

Para esta pesquisa destaca-se o 14º BPM, uma vez que a assessoria de comunicação pública insere conteúdos no Instagram com mais frequência se comparado com as demais assessorias dos batalhões da cidade. Enquanto o 14º Batalhão tem sede na rua Xinguara, bairro Recanto Universitário e compreende além de Imperatriz, os municípios de Davinópolis, João Lisboa e Senador La Roque, o 3º Batalhão tem sede localizada na rua Leôncio Pires Dourado, Bacuri. E abarca Imperatriz e alguns outros municípios como Bananal e Governador Edson Lobão.

Já o 2º Esquadrão de Polícia Montada tem sede na estrada do Arroz e conta com ações de policiamento que também abrangem todos os municípios acima citados. Vale frisar que cada



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

batalhão tem seus respectivos comandantes, sendo assim três gestões promovem a segurança pública em Imperatriz e região.

Diante disso, a Polícia Militar, por ser uma força pública estadual tem um papel relevante, uma vez que desempenha diversas atribuições como o policiamento ostensivo e preventivo. Sendo assim de sua competência proteger o cidadão, os bens públicos e privados, além de fazer cumprir as leis e combater a criminalidade.

AS REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE INFORMAÇÃO

O surgimento da Internet proporcionou que as pessoas pudessem difundir as informações de forma mais rápida e mais interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais (RECUERO, 2007). De acordo com Torres (2009, p.44), “a internet é uma rede de milhões de pessoas, de todas as classes sociais, que buscam informações, diversão e relacionamento e que comandam, interagem e interferem em toda e qualquer atividade ligada à sociedade e aos negócios”.

Recuero (2009, p. 22) define uma rede social como “um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)”. Sendo assim, as redes sociais, tem o papel de interagir pessoas, produzir conteúdo, e compartilhar informações, de forma instantânea, independentemente da distância geográfica, e a qualquer hora do dia. Vale ressaltar que tanto os sites quanto os aplicativos possuem públicos e conteúdos diferentes, obedecendo a uma segmentação de interesse, seja de relacionamento, entretenimento, nicho e profissional. É o exemplo do Facebook, Instagram e WhatsApp que tem se tornado canais de divulgação de marcas, serviços/ e ou produtos de organizações privadas ou públicas.

Criado em outubro de 2010, o Instagram foi desenvolvido por Kevin Systrom e Mike Krieger com o objetivo de divulgar imagens da rotina do usuário. “O *Instagram* era uma forma que as pessoas encontravam de compartilhar, visualmente, momentos de sua vida” (VILICIC, 2015, p. 100). Hoje, a plataforma possui várias funcionalidades: faz fotos e vídeos com filtros e ferramentas criativas, interagem seu público com curtidas e comentários, possibilita o envio de mensagens privadas, chamada de *direct*, além de transmitir vídeo ao vivo, chamado de *live*, ou de curta duração conhecido como *stories*.



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

Outra característica do Instagram é a possibilidade de criar uma conta comercial alimentada por organizações permitindo disseminar marcas ou serviços. “Logo, a Internet, como meio de divulgação e promoção de marcas, fará com que a relação das pessoas com as suas marcas seja uma conjunção de experiências, trocas, percepções, tentativa e erro, pensamento e experiência, tudo simultaneamente, no mesmo lugar” (BLUME; LEDERMANN, 2009, p. 85).

Com isso, verifica-se que o 14º Batalhão de Polícia Militar faz uso de três ferramentas como canais de comunicação oficiais para divulgar as suas ações. São elas: Facebook, Instagram, e WhatsApp que funciona como elo entre assessoria e imprensa/ blogueiros/ e digitais influencers. Dentre essas ferramentas digitais usadas pelo 14º BPM, o Instagram é fonte de divulgação de conteúdos inerentes às ações e estratégias da segurança pública na cidade, e demais municípios que abrangem sua área de competência. As informações foram repassadas pelo assessor de comunicação do batalhão, bacharel em direito, e soldado, Kaio Wanderson Carneiro Silva, conhecido como Kaio Negrão por meio de entrevista⁴ realizada no dia 08 de julho de 2020, por celular, devido às medidas sanitárias adotadas em decorrência da pandemia do Covid-19.

Para fins desta pesquisa, a ferramenta analisada é o Instagram. O perfil do 14º Batalhão de Polícia Militar nessa plataforma é o @14batalhao. Atualmente conta com mais de 900 publicações e quase 16 mil seguidores. A primeira postagem foi no dia 4 de dezembro de 2017 e refere-se à imagem do brasão da organização.

⁴ Entrevista concedida por Wanderson Carneiro SILVA, Kaio. [jul. 2020]. Entrevistadora: Thalyta Oliveira Dias da Silva. Imperatriz, 2020.



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

Figura 1: Perfil do 14º Batalhão de Polícia Militar no Instagram



Fonte: Aplicativo Instagram, 2020

PERCURSO METODOLÓGICO

Para a elaboração deste trabalho foi utilizada pesquisa bibliográfica, sendo de suma importância para o levantamento de dados e informações da abordagem elencada. Além disso, a pesquisa empregou a técnica definida por Laurence Bardin, de análise de conteúdo uma vez que ele utiliza procedimentos qualitativos, seja para coleta quanto para exploração das informações. Como explica a autora:

O termo análise de conteúdo designa: um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a 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) destas mensagens. (BARDIN, 2011, p. 47)

Nesse sentido, a análise de conteúdo busca compreender as características, estruturas ou formas que abrangem o conteúdo transmitido pela mensagem. Sendo assim, a pesquisa buscou-se



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

analisar o conteúdo das postagens na página do 14º Batalhão de Polícia Militar, referente ao mês de janeiro de 2019, período em que a organização militar era regida pela lei de Abuso de Autoridade, nº 4.898/1965, e janeiro de 2020 sob a nova Lei de Abuso de Autoridade, nº 13.869/2019.

A pesquisa também visa compreender as mudanças provocadas pela nova lei na rotina de produção da assessoria de comunicação do batalhão, uma vez que a lei provocou alterações nas atividades exercidas pelos profissionais da segurança pública. Bem como registrar as novas estratégias usadas pela assessoria de comunicação para divulgação do serviço público prestado.

De acordo com Bardin (2011) a utilização da análise de conteúdo possuem três fases fundamentais: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, tido como a inferência e a interpretação.

Assim a primeira etapa, definida de pré-análise é identificada como a fase de organização; momento da seleção de documentos e sistematização das ideias. Já a segunda etapa, chamada de exploração do material, é a fase da codificação, classificação e categorização do material em análise. Enquanto que a terceira fase consiste no tratamento dos resultados, período que ocorre a condensação das informações, resultando nas interpretações com análise reflexiva e crítica.

Diante disso, o instrumento da coleta corresponde à 12 postagens de janeiro de 2019, e 11 postagens de janeiro de 2020, totalizando 23 publicações. Assim, para atingir os resultados da pesquisa, usaremos também a técnica da entrevista semi-estruturada, em que o entrevistado e o entrevistador têm liberdade de atuação durante a conversa. Entende-se como entrevista:

Uma modalidade de interação entre duas ou mais pessoas. Essa pode ser definida como a técnica em que o investigador se apresenta frente ao investigado e por meio de perguntas formuladas busca a obtenção dos dados que lhe interessa. É uma conversa a dois, ou entre vários interlocutores, realizada por iniciativa do entrevistador, destinada a construir informações pertinentes para o objeto de pesquisa, e abordagem pelo entrevistador, de temas igualmente pertinentes tendo em vista este objetivo. (MINAYO, 2010)

Neste contexto, na entrevista semiestruturada o entrevistado tem liberdade para se posicionar favorável ou não sobre o tema, sem se prender a pergunta formulada (MINAYO, 2010). Assim, a entrevista para a pesquisa foi realizada com Kaio Negrão, assessor de comunicação do 14º Batalhão de Polícia Militar.



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

ANÁLISE DAS POSTAGENS DE JANEIRO DE 2019 E DE JANEIRO DE 2020

A pesquisa compreende a análise de 12 publicações no Instagram do 14º Batalhão de Polícia Militar, referente a janeiro de 2019, período em que a organização militar era regida pela lei de Abuso de Autoridade, nº 4.898/1965. E 11 postagens de janeiro de 2020, período em que a Polícia Militar era regida pela nova lei de Abuso de Autoridade, nº 13.869/2019. Totalizando assim, 23 postagens analisadas.

A seguir as tabelas mostram como as postagens foram ordenadas. A tabela 1 foi de acordo com os dados referente à postagem, data de publicação, título e recurso. Enquanto a tabela 2 foi estruturada de acordo com os dados referente à postagem, data de publicação, ocorrência e recurso.

Tabela 1- Referente ao ano de 2019: Postagem, data de publicação, título e recurso

Postagem	Data de publicação	Título	Recurso
P1	04/01	Comparativo referente aos anos de 2017 e 2018 quanto à quantidade de ocorrências policiais atendidas	Arte gráfica
P2	05/01	Informativo quanto à quantidade de armas de fogo apreendidas	Arte gráfica
P3	07/01	Informativo quanto à quantidade de motos	Arte gráfica



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

		recuperadas	
P4	22/01	14° BPM prende indivíduo por tráfico de droga	Foto do acusado e material apreendido
P5	24/01	Serviço de Inteligência do 14° BPM estoura boca de fumo na Vila Brasil	Foto do acusado e material apreendido
P6	24/01	Comando do 14°BPM inicia Operação Cerco Total	Fotos de abordagens policiais
P7	25/01	Ronda Escolar 14° BPM acompanha início do calendário escolar nas escolas da rede municipal	Fotos das ações policiais
P8	25/01	Dupla divina é detida com simulacro de arma de fogo	Fotos dos acusados e materiais apreendidos
P9	26/01	SI do 14° BPM em operação conjunta com SI do 3° BPM prende	Fotos dos acusados e materiais apreendidos



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

		indivíduo e apreende arma de fogo	
P10	29/01	14º BPM prende dupla por e apreende droga	Fotos dos acusados e materiais apreendidos
P11	31/01	Força Tática do 14º BPM apreende adolescentes e prende um adulto portando simulacro de arma de fogo e droga	Fotos dos acusados e materiais apreendidos
P12	31/01	Suspeitos de furto são conduzidos pela Força Tática do 14º BPM	Fotos dos acusados e materiais apreendidos

Fonte: Elaborado pela autora, 2020

Tabela 2 - Referente ao ano de 2020: Postagem, data de publicação, ocorrência e recurso

Postagem	Data de publicação	Ocorrência	Recurso
P1	05/01	Moto recuperada	Imagem do veículo
P2	05/01	Moto recuperada	Imagem do veículo



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

P3	05/01	Moto recuperada	Imagem do veículo
P4	08/01	Moto recuperada	Imagem do veículo
P5	09/01	Moto recuperada	Imagem do veículo
P6	14/01	Moto recuperada/ apreensão de arma de fogo	Imagem do veículo/ e da arma de fogo
P7	20/01	Informativo quanto à quantidade de armas de fogo apreendidas em 2019	Arte gráfica
P8	29/01	Informativo quanto à quantidade de ocorrências policiais atendidas em 2019	Arte gráfica
P9	29/01	Apreensão de arma de fogo	Imagem da arma de fogo
P10	29/01	Apreensão de arma de fogo	Imagem da arma de fogo



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

P11	29/01	Moto recuperada	Imagem do veículo
-----	-------	-----------------	-------------------

Fonte: Elaborado pela autora, 2020

Diante destes dados, a tabela 1 apresenta três postagens sobre apreensão de armas de fogo, três sobre apreensão de drogas, uma sobre furto, duas sobre operação e três sobre estatísticas. Quanto que na tabela 2 elencamos, sete postagens sobre veículo recuperado, duas sobre apreensão de arma de fogo e duas sobre estatísticas.

Observou-se na pesquisa que às postagens de apreensão de arma de fogo em 2019 foram feitas com várias informações pessoais do conduzido, como o nome completo, data de nascimento, e apelido. Também citam nas postagens o local que o acusado foi preso e o local que foi encaminhado para os procedimentos legais. Todas as postagens possuem a imagens dos detidos, o cenário delas tem como pano de fundo o *banner* dos brasões da Polícia Militar. Além disso, também tem a imagem da arma apreendida e dos objetos apreendidos em posse do detido como mostra a figura 2:

Figura 2: Postagem (P9) referente ao dia 26 de janeiro de 2019





Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

Fonte: Perfil do Instagram do 14º Batalhão de Polícia Militar do Estado do Maranhão, 2019

Com relação às postagens de apreensão de arma de fogo em 2020, observa-se que a apresentação deste tipo de ocorrência é feita de outra forma, as postagens não divulga a imagem do detido em nenhuma circunstância, apenas a imagem da arma de fogo. Em alguns casos, ainda mostram a imagem dos objetos apreendidos pelo detido. Quanto ao relato da ocorrência, que antes era composto por um texto que descrevia o fato, atualmente as postagens tem apenas o título informando o que a guarnição recuperou. Subtende-se que tais mudanças estão relacionadas à sanção da lei de Abuso de Autoridade. É o exemplo da figura 3:

Figura 3: Postagem (P9) referente ao dia 29 de janeiro de 2020



Fonte: Perfil do Instagram do 14º Batalhão de Polícia Militar do Estado do Maranhão, 2019

Conforme a figura 3, percebe-se que a postagem está em conformidade à Lei de Abuso de Autoridade no que se refere ao artigo 13, inciso I – “Exibir-se ou ter seu corpo ou parte dele exibido à curiosidade pública”. (BRASIL, 2019). Com isso, percebemos que enquanto em 2019 a imagem era exposta, seja do rosto ou detalhes do corpo do conduzido, em 2020 as postagens não apresentam



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

nenhuma imagem que o identifique. Apenas são postados fotos dos objetos apreendidos, neste exemplo, da arma de fogo.

Quanto a categoria sobre apreensão de drogas em 2019 as postagens apresentaram a imagem do detido, nitidamente, além de objetos em sua posse, e também da droga apreendida. Já em 2020 não teve nenhuma postagem sobre essa categoria, assim apresenta a figura 4:

Figura 4: Postagem (P5) referente ao dia 24 de janeiro de 2019



Fonte: Perfil do Instagram do 14º Batalhão de Polícia Militar do Estado do Maranhão, 2019

A postagem acima referente a 2019 apresenta a imagem do detido sem camisa, e algemado, isto mostra que estar em conformidade ao artigo 13, inciso II- “Submeter-se a situação vexatória ou a constrangimento não autorizado em lei”. (BRASIL, 2019)

Assim, verifica-se nas postagens de 2020 que não há mais fotos da imagem dos conduzidos, enquanto que em 2019 tem fotos das vítimas algemadas. Outro fator que vai ao encontro da lei de abuso de autoridade quando se trata de constranger ou reduzir sua capacidade de resistência, conforme o artigo 13 da lei: “Constranger o preso ou o detento, mediante violência, grave ameaça ou redução de sua capacidade de resistência”. (BRASIL, 2019)



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

Entende-se que durante a ocorrência policial, o profissional ainda faz uso de algemas em algumas situações, mas compreende-se que dentro do limite da lei, pessoas continuam sendo algemadas e tendo sua capacidade de resistência reduzida, porém não têm imagem dessa situação explorada no Instagram do batalhão.

Na categoria furto da tabela do ano de 2019 teve uma postagem, e em 2020 não teve nenhuma relacionada a este crime. Contudo a única postagem se enquadra no inciso II do artigo 13 da lei- “Submeter-se a situação vexatória ou a constrangimento não autorizado em lei”. (BRASIL, 2019), visto na figura 5.

Figura 5: Postagem (P12) referente ao dia 31 de janeiro de 2020



Fonte: Perfil do Instagram do 14º Batalhão de Polícia Militar do Estado do Maranhão, 2019

Na postagem acima mostra a imagem do detido, sem camisa e com todas as tatuagens visíveis, percebe-se ainda em seu rosto a expressão de tristeza e choro, o que fica evidente que mais uma vez o acusado sofreu constrangimento pela exposição da sua imagem.

Assim com base na lei de Abuso de Autoridade, artigo 38: “Antecipar o responsável pelas investigações, por meio de comunicação, inclusive rede social, atribuição de culpa, antes de



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

concluídas as apurações e formalizada a acusação: Pena - detenção, de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa”. (BRASIL, 2019). É válido pontuar que das várias mudanças que a nova lei de abuso de autoridade provocou na rotina da assessoria de comunicação, a proibição da divulgação das fotos dos acusados afetou o trabalho, pois havia a prática rotineira da exposição da imagem do detido sem resguardá-la.

As figuras a baixo mostram em um ângulo aberto às postagens de janeiro de 2019 e 2020 na página do Instagram do batalhão, evidenciando que há uma mudança significativa nas imagens publicadas pela assessoria de comunicação.

Figura 6: Postagem de janeiro de 2019



Fonte: Perfil do Instagram do 14º Batalhão de Polícia Militar do Estado do Maranhão, 2019



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

Figura 7: Postagens de janeiro de 2020



Fonte: Perfil do Instagram do 14º Batalhão de Polícia Militar do Estado do Maranhão, 2020

Vale ressaltar que a assessoria contava com as imagens das ocorrências atendidas pelas guarnições policiais, uma vez que cada guarnição tinha a função de enviar as imagens para o assessor para que assim produzisse o texto para divulgação nas redes sociais. “Essas mudanças privaram a sociedade de ter conhecimento daqueles que estavam oferecendo perigo. Quanto às imagens, nós só divulgávamos as de pessoas que estavam envolvidas no mundo do crime, e não de pessoas inocentes⁵”.

Nesse cenário, a assessoria teve de elaborar novas estratégias para divulgação dos seus conteúdos. Durante a análise, a partir da sanção da nova lei observou-se uma redução na elaboração de conteúdo e postagens nas redes sociais, o que foi ratificado pelo assessor Kaio Negrão: “Agora só divulgamos assuntos relacionados aos objetos recuperados, veículos recuperados, e armas apreendidas”.

5 Entrevista concedida por Wanderson Carneiro SILVA, Kaio. [jul. 2020]. Entrevistadora: Thalyta Oliveira Dias da Silva. Imperatriz, 2020.



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na nova Lei de Abuso de Autoridade, nº 13.869/2019, o artigo 13 respalda o detento contra o constrangimento da sua imagem, e o artigo 28 quanto à comunicação da sua imagem em rede social, assim a pesquisa buscou por meio das postagens no Instagram do 14º Batalhão de Polícia Militar, compreender as características, estruturas e formas do conteúdo elaborado pela a assessoria de comunicação. Assim, foram analisadas as postagens de janeiro de 2019, período que a organização militar era regida pela lei de Abuso de Autoridade, nº 4.898/1965, e janeiro de 2020 sob a nova Lei de Abuso de Autoridade, nº 13.869/2019.

Diante disso, observou-se que as postagens trazem assuntos que se repetem nesses dois momentos analisados, o que mostra que independentemente do tempo, os conteúdos são os mesmos, porém com a presença da nova lei, o viés da abordagem foi modificado. Infere-se que a lei impôs medidas criteriosas caso a autoridade policial descumpra, e por isso gerou certo cuidado por parte da assessoria de comunicação do batalhão em divulgar as ocorrências que acontecem no dia a dia.

Observou-se também que em 2019 o conteúdo da postagem só era produzido quando as guarnições policiais mandavam as fotografias das ocorrências para o assessor. Essas fotos eram imagens do detido e dos objetos apreendidos com ele. Com a efetivação da lei, que impôs a proibição da exposição da imagem do detido nas publicações do Instagram, as postagens desse ano não mostram fotos do detido, tampouco nome, apelido, idade ou local que aconteceu a prisão.

Assim, conclui-se que embora a assessoria de comunicação do 14º Batalhão de Polícia Militar esteja ainda se adaptando a nova realidade, ela tem demonstrado por meio de seus conteúdos uma nova mensagem para o seu público. Percebe-se pelas postagens de 2020 que a assessoria tem buscando estratégias para cumprir a lei e continuar mantendo a sociedade informada quanto ao trabalho da organização.

REFERÊNCIAS

ANDONOVA, Y.; D'ALMEIDA, N. **A Comunicação das Organizações**. Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional. São Bernardo do Campo, São Paulo: Ano 12 n.12, Jan/Dez. 2008



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BLUME; LEDERMANN. **Gestão de Produtos e Marcas**. Editora Unijuí, 2009.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**, de 5 de outubro de 1988. Capítulo III - Da Segurança Pública, Art. 144. Disponível em: <https://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/CON1988_05.10.1988/art_144_.asp>. Acesso em: 21 de jul. 2020

BRASIL. Lei nº 13.869, de 5 de setembro de 2019. Dispõe sobre os crimes de abuso de autoridade; altera a Lei nº 7.960, de 21 de dezembro de 1989, a Lei nº 9.296, de 24 de julho de 1996, a Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, e a Lei nº 8.906, de 4 de julho de 1994; e revoga a Lei nº 4.898, de 9 de dezembro de 1965, e dispositivos do Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 (Código Penal). Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13869.htm>. Acesso em: 21 de jul. de 2020.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: políticas e estratégias**. - São Paulo: Saraiva, 2009.

DUARTE, J. **Comunicação Pública**. São Paulo: Atlas, 2007. Disponível em: . Acesso em: 04 abri. 2020.

GASPARETTO, Gilberto. **Polícia**: Instituição que se divide em diferentes tipos de funções. Disponível em: <<http://educacao.uol.com.br/disciplinas/cidadania/policia-instituicao-se-divide-emdiferentes-tipos-e-funcoes.htm>> Acesso em: 20/03/2020.

IBGE. **PNAD Contínua TIC 2018**: Internet chega a 79,1% dos domicílios do país. Agência de Notícias, São Paulo, 29 de abril. 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/27515-pnad-continua-tic-2018-internet-chega-a-79-1-dos-domicilios-do-pais> - acessado em 09/04/2020.

MARANHÃO. **Lei ordinária estadual nº 6.513 de 30 de Novembro de 1995**. Dispõe sobre o Estatuto dos Policiais-Militares da Polícia Militar do Maranhão e da outras providências. Disponível em: <<http://stc.ma.gov.br/legisla-documento/?id=2125>>. Acesso em: 20 mai. 2020.

MARANHÃO. **Secretaria de Segurança Pública**. História da PMMA. Disponível em: <<https://pm.ssp.ma.gov.br/historia-da-pmma/>> Acesso em: 21 jul. 2020.

MEZZOMO, Sócrates Ragnini. **O sofrimento psíquico dos expurgados da Brigada Militar no período da repressão: 1964-1984**. Dissertação de Mestrado em História. Universidade de Passo Fundo. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Curso de Pós-Graduação em História. pp 127, Março de 2005,Passo Fundo.



Universidade Federal do Maranhão
Departamento de Comunicação Social – Campus – Imperatriz
Rua Urbano Santos, s/n, Imperatriz, 65900-040
Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional

MINAYO, M. C. S. **Técnicas de pesquisa:** entrevista como técnica privilegiada de comunicação. **In: _____.** **O desafio do conhecimento:** pesquisa qualitativa em saúde. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2010. p. 261- 297.

MUNIZ, Jaqueline. **A Crise de Identidade das Polícias Militares Brasileiras: Dilemas e Paradoxos da Formação Educacional.** Security and defense Studies Review. Rio de Janeiro, p 192, v.1, PP 177-198, 2001.

SILVA, Kaio Wanderson Carneiro. **Entrevista concedida a Thalyta Oliveira Dias da Silva.** Imperatriz, 8 jul. 2020

RECUERO, Raquel. **Considerações sobre a Difusão de Informação em Redes Sociais na Internet.** In: VIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO SUL. Anais... Passo Fundo – RS, 2011. Disponível em: < <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2007/resumos/r0464-1.pdf> >. Acesso em: 15 fev. 2020.

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

SANTANA, Anderson et al. **Redes sociais nas Organizações e suas novas formas de relacionamento.** 2011. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0770-1.pdf>>. Acesso em: 17 fev.2020

SENADO NOTÍCIAS. **Polícias militares tem origem no século 19.** Disponível em: < <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2013/11/25/policias-militares-tem-origem-no-seculo-19> >. Acesso em: 21 jun. 2020

TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital.** 1ª edição. São Paulo: Novatec, 2009.

VILICIC, Filipe. **O clique de 1 bilhão de dólares.** Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.