

Cap QOPM SÁVIO SERPA SÁ

A COMUNICAÇÃO SOCIAL NA POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ

Monografia apresentada ao Departamento de Contabilidade, do Setor de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Administração Policial.

Orientador: Cel PM RR ANTÔNIO CELSO MENDES

CURITIBA

2003

*"A compreensão de outrem
somente progredirá com a partilha
de alegrias e sofrimentos"*

Albert Einstein

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Você sabe o que é Relações Públicas?	11
TABELA 2 - Você já teve instrução sobre Relações Públicas ?.....	12
TABELA 3 – Na sua opinião, a existência de um bom relacionamento entre a Polícia Militar e a comunidade é:.....	12
TABELA 4 – Como você se acha, profissionalmente, para bem relacionar-se com a comunidade?.....	13
TABELA 5 – Você se considera bem informado sobre as atividades desenvolvidas pela PMPR interna ou externamente?	13
TABELA 6 – Você acha que a PMPR deve ter profissionais especializados na área de Relações Públicas, para melhor informar seus integrantes?	14
TABELA 7 – Como você considera o atendimento prestado pelos Policiais à comunidade?.....	14
TABELA 8 – Como você considera o relacionamento entre os integrantes da PMPR?.....	15
TABELA 9 – Na sua opinião, as atividades de Relações Públicas voltadas para os integrantes da PMPR melhoraria o relacionamento internamente e o atendimento prestado à comunidade?	15
TABELA 10 – Na sua opinião, a existência de um bom relacionamento entre a PMPR e a comunidade é:	16
TABELA 11 – Como você considera o atendimento prestado pelo PM à comunidade?.....	17
TABELA 12 – O fato de você se dirigir e se comunicar com um cidadão ou um cidadão se dirigir a você, principalmente em ocorrências policiais, existe:.....	17
TABELA 13 – Você considera que a atividade de relações Públicas voltadas para os integrantes da Polícia Militar melhoraria o atendimento à comunidade?.....	18
TABELA 14 – Você vê propaganda da Polícia Militar?	19
TABELA 15 - No seu cotidiano você percebe policiais-militares?.....	19
TABELA 16 - Você consegue identificar os quartéis da Polícia Militar?	20
TABELA 17 - Você consegue identificar a Polícia Militar no seu dia-a-dia (seja por veículos, policiais, placas, propaganda e etc)?	20
TABELA 18 - Você já usou os serviços da Polícia Militar do Paraná?.....	21

TABELA 19 - Se respondeu positivo na pergunta anterior, na oportunidade você foi?	21
TABELA 20 - De uma maneira geral, qual seria o perfil que mais se enquadra ao policial que você conhece?	22
TABELA 21 - Na sua visão, qual a expressão que mais se aproxima da Polícia Militar?.....	22
TABELA 22 - Supondo que dinheiro não fosse problema e você estivesse inseguro por diversas razões (furtos constantes, informações diversas, amigos, tv, jornal, etc).	23
TABELA 23 - No seu entender, qual a expressão que mais se aproxima da realidade da Polícia Militar?	24

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS	v
RESUMO	vii
INTRODUÇÃO	5
1 DESENVOLVIMENTO	8
1.1 COMUNICAÇÃO SOCIAL	8
1.2 A COMUNICAÇÃO SOCIAL NA POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ.....	9
1.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA.....	11
1.3.1 <i>Quanto aos Praças</i>	11
1.3.2 <i>Quanto aos Oficiais</i>	16
1.3.3 <i>Opiniões da Comunidade</i>	18
1.3.4 <i>Comparação das Opiniões</i>	24
1.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	27
2 CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
3 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	31
ANEXO A	32
SUGESTÕES DOS OFICIAIS	32
ANEXO B	34
SUGESTÕES DOS PRAÇAS	34
ANTEPROJETO	40

RESUMO

SÁ, Sávio S. **A Comunicação Social na Polícia Militar do Paraná** introduz as necessidades globais de comunicação com o público da Instituição, quer seja interno e/ou externo. Para demonstrar tais realidades, como base teórica, utilizaram-se obras dos mais renomados autores da área, suas teorias e técnicas, sempre adequando ao caso específico de uma organização governamental e mais precisamente à área de prestação de serviços públicos de segurança. as atividades de relações públicas desenvolvidas pela PMPR na busca da identificação de seu produto/serviço dentro do contexto social atual, desenvolveu-se o processo de pesquisa de campo, concatenando-se os dados, permitindo posicionar-se de maneira objetiva e clara, na busca de elementos que demonstrassem as expectativas e necessidades da Instituição e comunidade. O presente trabalho expõe a necessidade de a Comunicação Social na Polícia Militar do Paraná demonstrar, adequadamente, sua relevância, bem como, adequar-se a uma metodologia em concordância com seus públicos, em que também verificou-se, além do foco principal, a influência da estrutura sobre as Relações Públicas.

Palavras Chave: Comunicação Social, Relações Públicas,

INTRODUÇÃO

Quem não se comunica, se estrumbica
Abelardo Barbosa, **Chacrinha**

O complexo macro sistema de Segurança Pública do qual a Polícia Militar faz parte tem por objetivo a melhoria da qualidade de vida do cidadão através da preservação da ordem pública e da sensação de segurança que se lhe proporciona.

Maslov, quando apresenta a “pirâmide das necessidades”¹, coloca logo após a base, a necessidade de segurança e estabilidade. Essa segurança no sentido amplo da palavra, tanto em relação aos conteúdos emocionais, profissionais e até de segurança física da pessoa, se contrapondo ao medo da violência.

A sensação de segurança pode ser internalizada pelo sensorial, ou seja, -“eu vejo o profissional de segurança na minha rua, no meu bairro, próximo da minha casa. Assim sinto-me seguro.”

Destarte é de fundamental importância a boa imagem da Polícia Militar, tanto para a preservação da instituição, quanto para que a polícia continue como símbolo da defesa da sociedade, como uma instituição que protege a vida e o patrimônio dos cidadãos e cidadãs.

A imagem da Polícia Militar é mantida principalmente através do trabalho cotidiano, voltado para o desempenho das missões que lhe são afetas, e por conseguinte, pela divulgação sobre esses trabalhos.

A crescente valorização da informação, fenômeno que cada vez mais é observável na sociedade contemporânea, torna imperiosa a necessidade da transmissão de todos os atos que são tomados pela PMPR.

¹ Maslow defendia que toda pessoa tem uma tendência básica para realizar o que nela está em potencial, e concebe a existência de cinco tipos de necessidades, as quais satisfaz na ordem: Necessidades fisiológicas, por exemplo: satisfazer fome e sede; Necessidades de segurança ordem, estabilidade; Necessidades de afeto e aceitação a grupos; Necessidades de estima, prestígio, sucesso, auto-respeito; Necessidade de plena realização pessoal; apresentado por GRACE, Mirian Et Al em Introdução ao Estudo da Psicologia, Ed. Cutrix São Paulo, 1976 p. 196 de 580 p..

BAUER² apud CATHALA afirma que a atividade da polícia geralmente é pouco conhecida. Poucos se dignam a estudá-la, embora não sejam raros os que não achem nela o que criticar, com fundamento ou sem ele. Há quase 30 anos CATHALA, p. 86, considerava que a polícia era freqüentemente objeto de críticas demolidoras, de apreciações muitas vezes injustas colocando, não raro, toda a instituição sob suspeita mais ou menos velada, por amplos setores da opinião pública, principalmente nos dias de hoje onde a mídia tem presença garantida na discussão dos problemas sociais e, de forma imponderada, utiliza o sensacionalismo como tempero dessas relações.

Atividade da 5ª Seção de Estado Maior, não tem sido encarada como integrante da direção geral, não possuindo órgão de apoio setorial para desenvolver suas atividades.

Diante dessa situação, é extremamente relevante identificar quais são os elementos da comunicação social na Polícia Militar do Paraná percebidos pela comunidade interna e externa.

Pretende-se fornecer elementos de análise que subsidiem a tomada de decisões que envolvam o Setor de Comunicação Social da 5ª Seção do Estado Maior. Especificamente foram abordados os seguintes pontos:

- a)** Avaliar o conhecimento do policial militar sobre as atividades de comunicação social da PMPR;
- b)** Avaliar a percepção do policial militar sobre o relacionamento da PMPR com a comunidade;
- c)** Comparar a percepção de oficiais e de praças sobre as atividades de comunicação social da PMPR;
- d)** Avaliar a percepção da comunidade sobre as atividades de comunicação social da PMPR;
- e)** Avaliar a percepção da comunidade sobre o policial militar e as atividades mais evidentes da PMPR;
- f)** Avaliaram-se as ferramentas disponíveis para racionalizar o emprego dos recursos de Comunicação Social em benefício do organismo policial militar;

² CATHALA, Fernand. BAUER, José. Polícia: Mito ou Realidade. São Paulo: Mestrê Jou. Prefácio

g) Analisou-se o fenômeno da Comunicação Social como elemento para a manutenção do organismo policial militar na sociedade civil.

Para obtenção dos dados e informações necessárias na realização da presente monografia, foi empregada uma metodologia baseada no método indutivo, o qual consiste nos estudos das partes, para que seja possível melhor compreender o estudar de um todo.

Partiu-se de uma revisão bibliográfica sobre o tema comunicação social e comunicação social na PMPR, a ênfase foi nos documentos.

A seguir encetou-se Pesquisa de Campo, seguindo o conceito de MARCONI e LAKATOS referente ao processo de amostragem (determinação da amostra a ser pesquisada), utilizou-se a probalística.

Referente ao tipo de pesquisa utilizada, optou-se pela quantitativa, uma vez que a quantidade de respostas oferecerá consistência para as considerações finais.

O questionário com perguntas fechadas, que foram respondidas individualmente e sem necessidade de identificação por parte do participante.

O universo pesquisado foi 22 (vinte e dois) Oficiais e 228 (duzentos e vinte e oito) Praças do 12º Batalhão de Polícia Militar, sediado na Capital do Estado, bem como, 500 (quinhentos) membros da comunidade.

1 DESENVOLVIMENTO

1.1 COMUNICAÇÃO SOCIAL

As políticas das empresas ou instituições são, basicamente, declarações expressas dos princípios e normas, elaborados e organizados pelas administrações superiores, de acordo com as suas funções sociais e com os princípios éticos e legais vigentes, com a finalidade de nortear todos os procedimentos e ações de seus integrantes. PENTEADO (1993, p. 120), afirma que: *“... só é exeqüível planejar Relações Públicas tomando-se por base uma política da empresa. Sem política, é praticamente impossível planejar. Todo o planejamento está na dependência de certos princípios que devem ser estabelecidos a priori”*

PENTEADO (1993, p. 24) define a Comunicação Social como o *“compartilhar elementos de comportamento ou modos de vida, pela existência de um conjunto de regras”*. Nessa esteira, a PMPR define, expressamente, o conjunto de regras que norteiam a atividade desempenhada pela PM/5, através de Normas Gerais de Ação, chamadas de NGAs.

BERLO (1997, p. 36), entende a comunicação *“como sendo um processo através do qual um indivíduo suscita resposta de outro indivíduo, ou seja, dirige um estímulo que visa favorecer uma alteração no receptor por forma a suscitar uma resposta”*, e o curioso é que, a Polícia Militar, para atingir seus objetivos (manter a ordem e a segurança pública) realiza atividades que são contrárias aos princípios individuais de liberdade de manifestação, já que defende a primazia de princípios superiores.

Já TRINTA e POLISTCHUK (2002, p. 5 a 25), fornecem subsídios teóricos adequados para se delimitar o que é a Comunicação Social. Contém o que os autores chamam de instruções básicas à teoria (e, por via de conseqüência, às distintas teorias) da comunicação. Para os autores, a área que apresenta algumas carências em relação a uma bibliografia de produção brasileira, embora tenha bons pensadores no cenário internacional que se dedicam a essa tarefa, a Teoria da Comunicação Social ganhou, neste livro, um manual introdutório que preenche a lacuna. Os autores traçam um panorama das correntes teóricas do pensamento da

comunicação, passeiam pelos elementos de comunicação – os meios propriamente ditos – e mergulham nas diversas teorias da área.

Desdobrando-se a Comunicação Social, ramo da antropologia cultural para as atividades de relações públicas, intérpretes das políticas de diretrizes das organizações, um esforço para melhorar os padrões de interação social, através da melhoria do processo de intercomunicação e interrelação humanas que no Brasil estão reguladas através da Lei nº 5.377 de 11 de dezembro de 1967, e do Decreto nº 63.283, datado de 26 de setembro de 1968. Uma simplificação necessária, pois a comunicação social, enquanto ciência abarca amplo conhecimento científico, enquanto as relações públicas se apropriam de uma série de regras, normas e técnicas da comunicação social, sem a reciprocidade característica, pois a comunicação verdadeira seria interativa.

1.2 A COMUNICAÇÃO SOCIAL NA POLÍCIA MILITAR DO PARANÁ

A Assessoria de Comunicação Social da Polícia Militar do Paraná é o órgão do Estado Maior que se inter-relaciona com todos os setores internos da instituição e, através do conhecimento organizacional, estrutural e histórico, fornece informações e relacionamentos com toda a comunidade paranaense.

É por meio da Assessoria de Imprensa que a instituição policial militar consegue identificar antecipadamente muitas das turbulências que movimentam e alteram várias áreas e segmentos da sociedade, permitindo aos setores técnicos da Polícia Militar estabelecer planejamentos estratégicos mais coerentes com as aspirações da sociedade e das unidades operacionais subordinadas ao Comando-Geral.

Em sua descrição através de brevíário para a tropa, a 5ª Seção assim se descreve:

A 5ª Seção da Polícia Militar, órgão de Comunicação Social da Corporação, tem por objetivo o processamento e transmissão periódica da atuação operacional da PMPR para o grande público em geral, através dos veículos de comunicação. Nosso objetivo maior é a integração da Corporação com a comunidade, o que somente será alcançado com a participação dos órgãos de imprensa.

O entrosamento entre jornalistas, repórteres, comentaristas e a polícia Militar deve ser pautado pelo respeito mútuo, onde a Ética e a Verdade estarão sempre em primeiro lugar. A crítica construtiva será bem-vinda, pois ela é a mais alta expressão da democracia; é a arte de comentar os méritos e os deméritos de qualquer instituição. As críticas devem ser respeitadas e assimiladas, quando realizadas de forma inteligente e responsável, sendo de extrema utilidade no aperfeiçoamento da Corporação.

Entretanto, a Polícia Militar deve estar sempre atenta e disponível às necessidades da imprensa e demais veículos de comunicação no tocante a qualquer assunto que se relacione à Instituição, demonstrando assim seu interesse em bem informar, primando pela transparência indispensável na divulgação dos fatos. (1991, Apresentação)

A Comunicação Social da Polícia Militar do Paraná, divide-se em três grandes setores: a Seção de Imprensa; o Setor de Relações Públicas e o Setor de Cerimonial. Aglutinam, em sua essência, todas as atribuições básicas de uma Assessoria de Comunicação Social, buscando permanentemente o aprimoramento dos fluxos de comunicação no interior da organização e perante a opinião pública.

Em relação a sua estrutura, denota-se algumas necessidades. O setor de Assessoria de Imprensa deve dispor, independente de sua ligação com a organização, de um local específico para poder funcionar, por exemplo, uma sala própria, instalada próxima ao gabinete do Comandante-Geral seria um boa forma de acompanhar com atenção tudo o que está acontecendo, além de possibilitar uma resposta mais rápida de suas ações. Assessoria de Imprensa sem as informações necessárias a consultas e a pesquisas mais profundas sobre a instituição torna-se um setor deficitário.

A coordenação perfeita da política de comunicação da Corporação só pode ser concretizada se houver um trabalho inter-relacionado entre os setores de Assessoria de Imprensa e Publicidade e Propaganda, eliminando superposições e conflitos de atividades, na atual estrutura da 5ª Seção tal setor não existe.

Nessa conjuntura, uma das maiores dificuldades do organismo Policial Militar é facilitar o acesso dos grupos externos as suas realizações.

Para minimizar os efeitos dessa dificuldade são planejados meios para a efetivação das informações para todos os organismos, internos e externos. Algumas soluções são encontradas para se delinear metas e estabelecer parâmetros para validação das informações.

Dessa forma, os programas desenvolvidos pelas sucessivas gestões de Comunicação Social na Polícia Militar impulsionaram o desenvolvimento da Assessoria de Imprensa e abriram a estrutura da Polícia Militar ao público externo, permitindo que as ações se tornassem cada vez mais claras aos olhos da sociedade. Em oposição a esse fenômeno, surge o fato de que a Comunicação Social ainda não é explorada com plenitude e planos estratégicos específicos e, como consequência direta, tem-se que a estrutura não é eficiente. A sucessiva

mudança de comando, característica própria da estrutura militar, acaba interrompendo projetos e planos de ação que deveriam ser pautados pelos princípios da ação e da continuidade.

1.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO DA PESQUISA

1.3.1 Quanto aos Praças

Foram aplicados e respondidos 228 questionários.

Primeira Questão

Objetivo: Verificar se o Policial Militar que está executando diretamente a atividade a que se destina a Polícia-Militar tem conhecimento sobre o que seja a atividade de Relações Públicas. Foi utilizado o termo relações públicas em razão do breviário difundido a todos os integrantes da Corporação através do Boletim do Comando Geral, e por ser o termo de senso comum na Corporação.

Tabela 1 – Você sabe o que é Relações Públicas?

<i>Opções</i>	<i>Percentual</i> (%)
Sim	52
Não	12
Mais ou Menos	36

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentários: Em 52% das respostas os policiais militares executores, praças do 12º BPM, amostra com significância na PMPR afirma saber o que sejam Relações Públicas e 36% sabem mais ou menos, de modo que 88% dos pesquisados demonstrou conhecimento sobre as atividades de relações públicas.

Segunda Questão

Objetivo: Verificar como o Policial-Militar adquiriu esse conhecimento sobre Relações Públicas, para utilização dele como divulgador durante a execução de atividades rotineiras.

Tabela 2- Você já teve instrução sobre Relações Públicas ?

<i>Opções</i>	<i>Percentual</i> (%)
Sim	93
Não	07

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentários: Em 93% das respostas os praças afirmam que já tiveram instrução sobre Relações Públicas, ou seja a Corporação lhes ministrou o conhecimento sobre a matéria,

Terceira Questão

Objetivo: Verificar o grau de importância que cada policial atribui a atividade de Relações Públicas e ao relacionamento com a comunidade.

Tabela 3 – Na sua opinião, a existência de um bom relacionamento entre a Polícia Militar e a comunidade é:

<i>Opções</i>	<i>Percentual</i> (%)
Muito Importante	90
Importante	7
Pouco Importante	2
Sem Importância	1

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentários: Em 97% das respostas os pesquisados atribuíram importância as relações públicas, mesmo com apenas 52% sabendo o que sejam, o que denota uma preocupação com o tema imprensa.

Quarta Questão

Objetivo: Verificar se o Policial-Militar que está executando diretamente a atividade a que se destina a Polícia Militar tem preparo para bem se relacionar com a comunidade.

Tabela 4 – Como você se acha, profissionalmente, para bem relacionar-se com a comunidade?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Preparado	23
Pouco Preparado	56
Despreparado	21

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentários: Em 56% das respostas os praças se acham pouco preparados para relacionar-se com a comunidade, e 21% sentem-se despreparados, esse fator exige um preparo melhor da interação dos policiais com a comunidade, pois o problema pode não ser a divulgação, mas a própria imagem, ou seja, mais divulgação, mais a opinião pública se depara com uma polícia despreparada.

Quinta Questão

Objetivo: Verificar se o policial tem conhecimento das atividades realizadas, interna e externamente, pela Polícia Militar do Paraná.

Tabela 5 – Você se considera bem informado sobre as atividades desenvolvidas pela PMPR interna ou externamente?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Sim	33
Não	67

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentários: Em 67% das respostas os pesquisados se consideram mal informados sobre as atividades desenvolvidas pela PMPR, uma falha conjunta do *endomarketing* e das relações públicas, que no próprio breviário que orienta a Seção de Comunicação Social da PMPR coloca o público interno como o número 1, o mais importante.

Sexta Questão

Objetivo: Verificar se, na opinião dos Policiais Militares, é importante no órgão específico para informá-los sobre as atividades de Relações Públicas a presença de profissionais especializados.

Tabela 6 – Você acha que a PMPR deve ter profissionais especializados na área de Relações Pública, para melhor informar seus integrantes?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Sim	52
Não	48

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentários: Em 52% das respostas os pesquisados consideraram importante profissionais da área, um “empate técnico” com os que consideraram não importante o profissional, os praças consideram que mesmo os oficiais da Seção, podem informar as atividades desenvolvidas.

Sétima Questão

Objetivo: Verificar, na opinião dos Policiais-Militares, como eles analisam a sua atuação na comunidade.

Tabela 7 – Como você considera o atendimento prestado pelos Policiais à comunidade?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Ótimo	1
Bom	32
Regular	51
Ruim	26

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentários: Em 51% das respostas os praças se consideraram regulares, na média a média, resultado que demonstra o atendimento medíocre que a Corporação vem prestando à comunidade.

Oitava Questão

Objetivo: Verificar, através de um índice de mensuração, a integração entre os Policiais-Militares, de modo a fornecer parâmetros para a análise de como o relacionamento intervém na Comunicação Social da PMPR.

Tabela 8 – Como você considera o relacionamento entre os integrantes da PMPR?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Ótimo	00
Bom	52
Regular	45
Ruim	03

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentários: Em 52% das respostas os pesquisados consideram bom o relacionamento entre os policiais militares, como a amostra foi em um único Batalhão, a resposta fica prejudicada quanto a diversidade de especialidades (Choque, Bombeiro, Polícia Feminina) que seria de interesse geral, porém não afetam os propósitos da presente monografia.

Nona Questão

Objetivo: Verificar se a mudança no relacionamento interpessoal entre os integrantes da Polícia Militar melhoraria os índices de tratamento da Comunicação Social realizada pela PMPR.

Tabela 9 – Na sua opinião, as atividades de Relações Públicas voltadas para os integrantes da PMPR melhoraria o relacionamento internamente e o atendimento prestado à comunidade?

<i>Opções</i>	<i>Percentual</i> (%)
Melhoraria Muito	14
Melhoraria	27
Melhoraria Pouco	49
Não Melhoraria	10

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentários: Em 90% das respostas os praças reconhecem a importância da relações públicas para a melhoria do relacionamento e do atendimento à comunidade, nem que fosse um pouco (49% das respostas)

1.3.2 Quanto aos Oficiais

Foram pesquisados 22 oficiais da Polícia Militar do Paraná
Primeira Questão

Objetivo: Verificar o grau de importância que cada oficial atribui a atividade de Relações Públicas e ao relacionamento com a comunidade.

Tabela 10 – Na sua opinião, a existência de um bom relacionamento entre a PMPR e a comunidade é:

<i>Opções</i>	<i>Percentual</i> (%)
Muito Importante	90
Importante	7
Pouco Importante	2
Sem Importância	1

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentários: Em 99% das respostas se reconhece importância num bom relacionamento entre a PMPR e a comunidade, e para 90% essa importância tem o grau máximo na resposta.

Segunda Questão

Objetivo: Verificar como cada oficial considera o atendimento prestado a comunidade.

Tabela 11 – Como você considera o atendimento prestado pelo PM à comunidade?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Ótimo	5
Bom	10
Regular	80
Ruim	5

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentários: Em 80% das respostas o atendimento é considerado regular, na ótica dos oficiais que são responsáveis por zelar para que esse atendimento seja no mínimo bom.

Terceira Questão

Objetivo: Verificar o grau de dificuldade enfrentado pelo Oficial diante de circunstâncias e fatores em ocorrências onde ele está envolvido.

Tabela 12 – O fato de você se dirigir e se comunicar com um cidadão ou um cidadão se dirigir a você, principalmente em ocorrências policiais, existe:

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Dificuldade	17
Nenhuma Dificuldade	80
Muita Dificuldade	3

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentários: Em 80% das comunicações diretas com a comunidade o oficial não sente nenhuma dificuldade

Quarta Questão

Objetivo: Verificar o grau de importância que cada Oficial atribui à atividade de relações Públicas voltadas para os integrantes da Polícia Militar, o chamado público interno

Tabela 13 – Você considera que a atividade de relações Públicas voltadas para os integrantes da Polícia Militar melhoraria o atendimento à comunidade?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Melhoraria Bastante	93
Melhoraria	5
Melhoraria em Parte	3
Não Melhoraria	0

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentário: Em 93 % das respostas os oficiais opinaram que melhoraria Bastante, e foram unânimes em afirmar uma melhora no relacionamento com a comunidade a partir da melhora da comunicação interna, novamente denota a falta de um programa de *endomarketing*

1.3.3 Opiniões da Comunidade

Foram aplicados 500 questionários a comunidade em geral, donde se obtiveram as avaliações nas questões.

Primeira Questão

Objetivo: avaliar a inserção da Corporação na mídia não espontânea, ou seja, paga.

Tabela 14 – Você vê propaganda da Polícia Militar?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Muitas vezes	20
Algumas vezes	46
Raras vezes	20
Nunca vê	14

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentário: Em 46 % das respostas, bastante próximo da mediana, o público externo, algumas vezes vê propaganda da polícia militar, sendo que em 14% das respostas os pesquisados nunca viram uma propaganda da polícia militar.

Segunda Questão

Objetivo: verificar se no dia-a-dia a Corporação é percebida pela comunidade na execução de suas atividades de policiamento

Tabela 15 - No seu cotidiano você percebe policiais-militares?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Muitas vezes	42
Algumas vezes	46
Raras vezes	8
Nunca vê	4

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentário: Em 88 % das respostas os pesquisados percebem os policiais militares em seu cotidiano, se não muitas, ao menos algumas vezes, distribuídos quase que igualmente nestas opções de resposta.

Terceira Questão

Objetivo: avaliar o nível de percepção das instalações da Corporação por parte da comunidade.

Tabela 16 - Você consegue identificar os quartéis da Polícia Militar?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Com muita facilidade	40
Com facilidade	40
Com dificuldade	16
Com muita dificuldade	4

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentário: Em 80 % das respostas o público externo identifica com facilidade os quartéis da PM, a metade desses com muita facilidade.

Quarta Questão

Objetivo: verificar até que ponto a comunidade identifica as viaturas e o pessoal policial-militar no dia-a-dia.

Tabela 17 - Você consegue identificar a Polícia Militar no seu dia-a-dia (seja por veículos, policiais, placas, propaganda e etc)?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Com muita facilidade	50
Com alguma facilidade	26
Com facilidade	14
Com dificuldade	10
Com muita dificuldade	00

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentário: Em 50 % das respostas o público externo identifica as viaturas e o pessoal policial-militar no dia-a-dia com muita facilidade, e em apenas 10% das respostas apresenta dificuldade, mas não muita.

Quinta Questão

Objetivo: verificação do público interno que utilizou dos serviços da Corporação

Tabela 18 - Você já usou os serviços da Polícia Militar do Paraná?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Sim	60
Não	40

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentário: Em 60 % das respostas o público externo já utilizou os serviços prestado pela Polícia Militar, estando apto a fornecer dados sobre como foi esse atendimento.

Sexta Questão

Objetivo: identificar o nível de satisfação dos usuários dos serviços oferecidos pela instituição.

Tabela 19 - Se respondeu positivo na pergunta anterior, na oportunidade você foi?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Muito bem atendido	33,33
Bem atendido	23,33
Atendido satisfatoriamente	33,33
Mal atendido	3,34
Muito mal atendido	6,67

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentário: um terço das respostas foi de muito bem atendido e outro terço de atendimento satisfatório, 23,33% bem atendidos, apenas 10% das respostas reportam-se a um mal atendimento, ou muito mal.

Sétima Questão

Objetivo: verificar a imagem do Policial-Militar na Comunidade

Tabela 20 - De uma maneira geral, qual seria o perfil que mais se enquadra ao policial que você conhece?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
É alegre...	34
É rígido...	38
Aceita negociar...	14
É grosso...	14

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentário: Em 38 % das respostas o público externo vê como rígido o policial militar, ainda uma imagem de superego, 34 % tem uma imagem de alegria do policial militar, sendo que apenas 14% das respostas afirmam que o policial militar é grosso.

Oitava Questão

Objetivo: verificar a imagem da Polícia Militar na comunidade

Tabela 21 - Na sua visão, qual a expressão que mais se aproxima da Polícia Militar?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Cultua a moral e os bons costumes	40
Não se corrompe e não aceita a corrupção	22
Vive ao sabor dos ventos	26
Corrompida e não se preocupa com a moral e os bons costumes	12

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentário: Em 40 % das respostas o público externo têm uma boa imagem do policial militar como alguém que cultua a moral e os bons costumes, em 22% como incorruptível, numa contraposição de 12% que têm a imagem de uma polícia corrompida e que não se preocupa com a moral e os bons costumes.

Nona Questão

Objetivo: avaliar o nível de confiabilidade da comunidade na resposta da Polícia Militar às necessidades de segurança, comparativamente a seus concorrentes diretos.

Tabela 22 - Supondo que dinheiro não fosse problema e você estivesse inseguro por diversas razões (furtos constantes, informações diversas, amigos, tv, jornal, etc).

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
Contrataria uma firma de segurança	40
Acionaria a Polícia Militar	38
Contrataria uma firma de instalação de alarmes	16
Compraria uma arma	6

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentário: Em 40% das respostas o público externo prefere a “concorrência” de uma firma de segurança, 16% confia mais num alarme e 6% prefere a autodefesa, através de uma arma de fogo.

Décima Questão

Objetivo: Verificar o nível de credibilidade da Polícia Militar na comunidade

Tabela 23 - No seu entender, qual a expressão que mais se aproxima da realidade da Polícia Militar?

<i>Opções</i>	<i>Percentual (%)</i>
É uma das melhores do Brasil	6
Tem alto grau de profissionalismo	10
É igual às demais polícias do Brasil	40
Ela só vive de seu “nome” e de sua fama	4
Tem baixo nível de qualidade na prestação de serviço	20
Tem um bom nome e zela por ele	20

Fonte: Pesquisa de Campo

Comentário: Em 40 % das respostas a polícia é vista como as demais do Brasil, apenas para 6% dos entrevistados é motivo de ufania.

1.3.4 Comparação das Opiniões

A fim de identificar quais são os elementos da comunicação social na Polícia Militar do Paraná percebidos pela comunidade interna e externa.

Os oficiais entendem em 93% (tabela 13) das afirmativas que as atividades de relações públicas melhoraria o atendimento à comunidade, sendo que para os praças apenas 14% (tabela 9) das respostas são de que melhoraria muito, o maior percentual de respostas dos praças 49% entendem que melhoraria pouco.

Nos questionários do público interno, oficiais e praças foi deixado espaço para que os policiais se manifestassem livremente, (transcrição de todas as opiniões em anexo) onde se destacam as seguintes considerações sobre as Relações públicas e Comunicação Social Na PMPR.

Um dos oficiais fez a seguinte observação:

- acredito que não se pode ilustrar este quadro somente pela base (Praças), pois ainda há muitos Oficiais que tratam de forma inadequada seus subordinados, faltando-lhes com respeito, ou até os desmerecendo por estarem em escalões inferiores. Tenho por lema até hoje o seguinte: - me tratem com respeito , que te respeitarei; - se levantar a voz, falo mais alto, - então tenho medo de agredir se for agredido. Com isto nunca tive problemas de relacionamento com ninguém civil ou militar a quem não “vai com minha cara” trato com indiferença.

Os Praças:

- Acredito que além de instruções sobre RP deve-se melhorar as condições salariais dos policiais pois, se os policiais estiverem satisfeitos em suas necessidades básicas deve melhorar o relacionamento entre policiais e a comunidade. [...]
- Primeiro passo, o PM tem que saber verbalizar, tem PM que parece que veio do mato, não sabe conversar e quando conversa compromete a Corporação.
- O PM já no curso de Sd tinha que sair fazendo estágio junto ao comércio ou comunidade para saber o que se passa no meio da comunidade.
- O Pm tem que fazer amizades, mas não se comprometer com promessas e sim com atitudes.
- O bom relacionamento depende da primeira impressão que deixamos junto ao cidadão.
- Maior integração entre oficiais e praças dentro das unidades, tratando os praças como profissionais que o são e principalmente como seres humanos e pais de família, vindo a ouvir mais as necessidades diárias que os praças estão passando, visto que os mesmos são muito pouco ouvidos em suas necessidades devido ao difícil acesso que tem para se relacionarem com seus superiores, vindo com isso a distanciar o relacionamento dos segmentos da mesma classe com os diferentes comandos, que muitas vezes nem somos ouvidos em nossas necessidades e reivindicações.
- Maior compreensão entre oficiais e praças.
- Acredito que todo policial se relacionaria melhor com todos, se fosse mais valorizado, se a carga horária diária, fosse de menor tempo, pois um sujeito que trabalha 10 horas, já está sonolento e cansado, provavelmente isto afeta o bom relacionamento.
- A partir da hora que os integrantes do alto escalão da PMPR derem mais atenção aos seus comandados estaremos dando um grande passo para o melhor atendimento a comunidade e ao melhor relacionamento entre os policiais. A comunidade sofre com o atendimento da Corporação, porque não podemos atendê-la bem quando não somos bem tratados pelos nossos superiores.
- Não adianta escolher a dedo o pessoal para receber treinamento, como foi feito com a patrulha escolar. Acredito que os Oficiais e Sargenteantes de Cias devem saber por obrigação quem se comunica melhor com a comunidade e quem não se comunica.
- Temos que salientar que RP não é politicagem, coisa que está acontecendo hoje em muitas Cias, criando um clima de revolta na tropa.
- As pequena coisas, como: parabéns pelo seu aniversário, bom dia meu amigo” sem a obrigação do RDE, mas sim por respeito, tal como este QUESTIONÁRIO PARA PRAÇAS , somos, também sujeitos ao respeito e dignidade

Outros Oficiais:

- Reciclagem dos policiais através de cursos específicos que abranja tal assunto. – doutrina de instrução nas OPM (obrigatória) e não apenas utilização da equipe para aplicação no policiamento ostensivo. - difusão da polícia comunitária para toda a tropa e controle na aplicação do efetivo nesse serviço.
- Aprimorar e modernizar o atendimento do 190; - inserir em todos os cursos de formação disciplinar de Polícia Comunitária, Relações Públicas e Psicologia Social; - ensinar o conceito de que o cidadão é o nosso principal e único cliente, portanto, merece sempre o melhor tratamento, respeito e consideração.

Essa posição é corroborada pelos praças

- Aplicar instruções com pessoas especializadas em RP aos integrantes da Corporação.
- Mostrar ao policial a real importância de RP para que haja maior interatividade entre o policial e o cidadão.
- Realizando cursos e palestras para os policiais.

- Exemplo: a maneira de Merchandising que a Polícia Militar do Estado de São Paulo emprega lá, que pode ser usado como modelo aqui.

- Como todo curso, o de RP seria dividido em tópicos. A prior um destes tópicos deverá ser o de língua portuguesa básica, pois, é inadmissível que um policial militar, no trato com a comunidade, queira resolver os “pobremas” através de “pogramas” educacionais; e que ele consiga preencher um BO inteiro, sem lograr êxito em narrar fatos ocorridos no local de ocorrência.

- Seria interessante uma atividade intra-curricular e quem sabe extra-curricular para estimular e incentivar milicianos no trato da coisa pública e um maior reconhecimento das atividades prestadas pelos funcionários desta Instituição para que no futuro próximo teríamos policiais preparados e capacitados para com o público externo. Sendo necessário a divulgação daqueles que se dedicam e se empenham em fazer desta Corporação o melhor local de trabalhar. – tenho pouco tempo de PM, mas pelo pouco tempo eu já sinto as amanhãs provocadas pelo sistema arcaico e obsoleto.

- Divulgação no âmbito interno de ações da PMPR, no tocante a projetos de RP e Humanas. - uma maior aproximação entre Comando, Praças e Comunidade.

- Programas que trabalhassem a realidade da PMPR com a comunidade, um programa em que a população veja a PM com as mesmas necessidades que um civil.

- Ter instruções sobre o assunto com frequência, mostrando exemplos positivos e também a importância de determinado assunto.

Alguns oficiais não internalizam a missão que devem cumprir, e no espaço de sugestões procuram passar a idéia de que relações públicas é uma forma de se desculparem pela ineficiência da Corporação:

- Possibilitar a PM esclarecer à comunidade as reais condições de serviço (efetivo, salário, equipamento, desvios de funções), sem interferências políticas.

- A comunidade deve ser informada das dificuldades que o PM enfrenta no seu dia a dia e do quando ela, a comunidade, é importante para que ao atendimento melhore.

- A comunidade deve estar ciente que a PM não é responsável por tudo o que acontece no dia a dia.

Essa afirmação não se encontra nas respostas espontânea dos praças, nem é a mais presente entre os oficiais, que também apresentam boas sugestões sobre a melhoria de atuação da PMPR e da relações públicas:

- Estimular o disque denuncia pela população.

- Divulgação de resultados positivos obtidos pela PM para aumentar sua credibilidade junto à comunidade.

- Maior operacionalidade para a polícia, que é nossa missão fim, com isto, teríamos maior credibilidade.

- Deveria integrar mais o policial com a comunidade, apresentá-lo, fazer com que a comunidade saiba quem está protegendo-a e assim criando um elo entre os dois. O policial deve ter a consciência da sua função e principalmente, evitar transferências sem um motivo pois isto desgasta o policial e principalmente PMPR.

Essa posição é corroborada com sugestões de praças:

- A PMPR já desenvolve os programas de RP e informando a população dos referidos programas.

- Pesquisar num determinado local, junto à população, aos comerciantes, quais policiais desempenharam o melhor trabalho naquela região dentre todos aqueles que ali já passaram, para que a comunidade sinta confiança no policial, principalmente com relação aos módulos.

- Os policiais poderiam escolher os seu parceiros de trabalho, o que evitaria internamentos no SAS.

- Bom conhecimento na área de trabalho, em relação no comércio e comerciantes, estar atento as pessoas que passam e moram na área e não trocar os policiais diariamente desta área colocando somente quem gosta do posto ou do local de trabalho.

Os Praças apresentaram uma sugestão de que haja confraternização, o que não foi citado pelos oficiais, o que deixa transparecer que para os oficiais já tem havido essas confraternizações:

- Tem que ter mais confraternização entre os policiais, acaba as perseguições e mais lazer com a família principalmente respeitando a folga e dando os direitos a todos que tenham.
- Comando promover confraternização sem distinção de graduação ou posto para que haja mais união entre todos os integrantes da Corporação.
- Fazer confraternizações, por conta do Estado.

1.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O levantamento dos dados, através da pesquisa direta, foi satisfatório apesar de não contemplar unicamente os objetivos específicos da monografia.

Demostrou-se que a necessidade de melhorar urgentemente a comunicação organizacional com o público interno, pois esse é o agente multiplicador das divulgações e os policiais revelaram que se acham qualificados para o exercício regular das atividades de Comunicação Social, sendo que 67 % dos praças não estão informados sobre as atividades desenvolvidas pela PMPR.

Nas sugestões apresentadas, principalmente pelos praças, destaca-se a necessidade de maior interação entre o comando e a execução, entre os oficiais e os praças, sendo que a maioria das sugestões recaíram em cursos, manuais, instrução e ensino, tanto em Relações Públicas quanto em matérias de interesse geral, sendo destaque a sugestão de um praça: *“- As pequena coisas, como: parabéns pelo seu aniversário, bom dia meu amigo” sem a obrigação do RDE, mas sim por respeito, tal como este QUESTIONÁRIO PARA PRAÇAS , somos, também sujeitos ao respeito e dignidade”*.

O Sistema de Comunicação Social da PMPR sob a ótica das Relações Públicas, abordagem do presente TTC, revelou-se de extrema importância apesar de descortinar problemas existentes na comunicação para o público interno da política da organização, não tendo sido possível avaliar se é estrutural ou funcional do setor de Comunicação Social da PMPR.

A pesquisa pautou-se principalmente sobre as atividades de divulgação, com uma pergunta apenas sobre propaganda e limitando o marketing ao endomarketing.

Em relação ao objetivo específico de avaliar se as ferramentas estão disponíveis para racionalizar o emprego dos recursos de Comunicação Social em benefício do organismo policial militar; constatou-se que não, não existem tais ferramentas, o Breviário de Relações Públicas e a Diretriz que o orienta data de 1991, não trazendo o mais importante, um plano estratégico com a definição de uma política voltada ao público interno, e a complementação de um programa de endomarketing.

Objetivando analisar o fenômeno da Comunicação Social como elemento para a manutenção do organismo policial militar na sociedade civil, efetuou-se a pesquisa de campo junto a comunidade, público externo, obtendo-se resultados que comprovam a hipótese de que a polícia militar ou é relegada a segundo plano, ou é utilizada pelo partido dominante como instrumento político partidário.

Em 40% das respostas o público externo não havia utilizado os serviços da PMPR, portanto seu juízo fora formado a partir das divulgações, e conseqüentemente influenciado pela comunicação social, a nona questão apresentada público externo demonstra que 6%, ou seja 30 entrevistados preferem comprar uma arma de fogo para vencer a insegurança, uma atitude que todos os especialistas condenam, pois o uso de arma exige proficiência e é inútil contra a surpresa de um ato criminoso. Nas mesma questão 80 entrevistados, 16% do total, utilizariam um alarme, não houve espaço para que o entrevistado colocasse a quem esse alarme deveria se reportar (vizinhos, empresa, polícia), mas claramente há uma desconfiança desses entrevistados em relação a Polícia Militar. Apenas 190 pessoas, 38% dos entrevistados acionariam a PMPR, para cumprir o seu papel constitucional.

Na décima questão, que avaliou a credibilidade da PMPR, 100 pessoas, 20% das respostas foram de que ela têm baixo nível de qualidade na prestação de serviço, e 200 pessoas, 40% das respostas a igualaram às demais polícias do Brasil, polícias civil, federal, de outros estados da federação, como o momento atual é de descrédito das polícias do Brasil, a resposta pode ser interpretada como um eufemismo para a desconfiança e a baixa imagem que se está transmitindo, que se reflete também na baixa estima dos policiais em relação ao serviço que prestam, regular para 80% dos oficiais e regular para 51% das praças.

2 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Polícia Militar do Paraná reconhece e valoriza a importância da comunicação social como agente de modernização da sociedade, prestador de um importante serviço de informação, formação e divulgação cultural.

É mister da PMPR contribuir para ajustar o papel da mídia na sociedade moderna, cada vez mais global e comunicacional. A sua função concretiza-se numa vasta pluralidade de meios, de iniciativas e de projetos, em ordem a salvaguardar e incentivar a defesa dos direitos, liberdades e garantias dos cidadãos.

A PMPR herda uma das mais graves crises do setor da Comunicação Social ainda sob responsabilidade do Estado. Uma crise de identidade, de integridade, de estratégia e de organização, conjugada com uma gravíssima situação financeira.

Deste modo, assumindo uma responsabilidade inadiável, a PMPR poderá proceder rapidamente à clarificação do quadro de atuação, da dimensão e do perfil das atividades desenvolvidas e contribuirá, de forma positiva e eficaz, para a recuperação, reestruturação, credibilidade e estabilidade da instituição, como todo.

Antes de qualquer iniciativa importará, porém, aperfeiçoar o enquadramento legal e de atuação dos diferentes agentes de comunicação.

Assim sendo, tem-se que a Comunicação Social da Polícia Militar tem objetivos que se completam com os objetivos da administração pública, de forma muito particular, e obedecendo princípios que, devido a características próprias da instituição, variam de comando para comando, seguindo diretrizes definidas no Art. 37 da Constituição Federal (legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficácia).

Na concepção da presente monografia as atividades de Relações Públicas foram apresentadas como integrantes da Comunicação Social, pois na PMPR é assim que têm sido, o Setor de Relações Públicas é o Setor de Comunicação Social.

Em verdade, os dados do presente estudo revelam que a Comunicação Social da Polícia Militar está estreitamente ligada ao comportamento individual de seus componentes, e vinculado, fortemente, ao aspecto de afetividade e relacionamento interpessoal, principalmente quando a pesquisa é direcionada para o

relacionamento interpessoal, extrapolando, por várias vezes, o objetivo do presente estudo.

A busca de uma integração e ajustamento recíproco entre a Polícia Militar e o seu público, e a mais eficiente participação das PM no quadro de defesa social através do apoio do povo à sua missão e às suas atividades exigem uma visão holística.

É preciso unir a competência dos profissionais da área de comunicação social, não apenas os jornalistas, mais também da área de publicidade, propaganda e relações públicas em assessorias especializadas dentro da própria Polícia Militar.

É certo que os profissionais da comunicação social conhecem os fins, porém a polícia militar conhece os meios, e não há milagre de mídia que venda um mal produto, “não existe propaganda boa para um mal produto.” É oportuno lembrar do fenômeno Collor de Mello, por curiosidade, um jornalista.

A presente monografia revelou, enfim, que existem dificuldades para que a Comunicação Social da Polícia Militar do Paraná possa cumprir sua importante missão, sendo importante um novo trabalho de diagnóstico, que verifique a estrutura e o funcionamento do setor e revelou também que o fator mais importante dentro desse processo é a valorização do relacionamento interpessoal entre os componentes da PMPR, o que têm sido apresentado como plataforma de do Comandante da PMPR, de valorizar o “ser humano policial”

Uma das soluções a curto prazo é a busca por uma linguagem simples e organizada, mediada pelos meios de comunicação que promoverão a integração e a satisfação de segmentos internos que convivem e sustentam a PMPR.

A longo prazo, o desenvolvimento de políticas que tenham por objeto a formação de pessoal qualificado para o serviço de assessoria em comunicação e a mudança paulatina de imagem da Corporação, quando se refere aos seus serviços:

1. A formação de uma imagem, evidenciando os pontos fortes da Instituição, cuidando para que estes aspectos cheguem ao maior número possível de pessoas;
2. Investimentos nos talentos humanos existentes e aperfeiçoá-los nesta área de tamanha importância.
3. Elevar a percepção dos públicos (interno/externo) das ações executadas pela Corporação..

3 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERLO, David K. **O Processo da Comunicação – Introdução à Teoria e à Prática.** São Paulo: Martins Fontes, 1997

BIESZCZAD, Miroslau et alli. **Sistema de Comunicação Social na Brigada Militar – Sugestões para sua Otimização.** Porto Alegre: Edição do Autor, 1992.

BRASIL: **Constituição Da República Federativa do Brasil,** 1988.

GRACE, Mirian Et Al. **Introdução ao Estudo da Psicologia,** Ed. Cutrix São Paulo, 1976.

LOPES, Boanerges. **O Quê é Assessoria de Imprensa.** São Paulo: Brasiliense, 2003.

MARCONI, M. M.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de Pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

PENTEADO, J. R. Whitaker. **Relações Públicas nas Empresas Modernas.** 5ª Edição. São Paulo: Pioneira, 1993.

TRINTA, Aluizio R.; POLISTCHUK, Illana. **Teorias da Comunicação.** Editora Campus, 2002.

PMPR, **Breviário para a tropa.** Anexo a diretriz nº 001/91 – CG/PM-5 de 18 de novembro de 1991.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ, Biblioteca Central. **Normas para Apresentação de Trabalho.** v. 2. Curitiba: Ed. Da UFPR, 2000.

ANEXO A

SUGESTÕES DOS OFICIAIS

- acredito que não se pode ilustrar este quadro somente pela base (Praças), pois ainda há muitos Oficiais que tratam de forma inadequada seus subordinados, faltando-lhes com respeito, ou até os desmerecendo por estarem em escalões inferiores. Tenho por lema até hoje o seguinte: - me tratem com respeito , que te respeitarei; - se levantar a voz, falo mais alto, - então tenho medo de agredir se for agredido. Com isto nunca tive problemas de relacionamento com ninguém civil ou militar a quem não “vai com minha cara” trato com indiferença.
- Reciclagem dos policiais através de cursos específicos que abranja tal assunto. – doutrina de instrução nas OPM (obrigatória) e não apenas utilização da equipe para aplicação no policiamento ostensivo. - difusão da polícia comunitária para toda a tropa e controle na aplicação do efetivo nesse serviço.
- Aprimorar e modernizar o atendimento do 190; - inserir em todos os cursos de formação disciplinar de Polícia Comunitária, Relações Públicas e Psicologia Social; - ensinar o conceito de que o cidadão é o nosso principal e único cliente, portanto, merece sempre o melhor tratamento, respeito e consideração.
- Primeiramente mudar a filosofia de trabalho e de pensamento da Sociedade, pois tanto a PM quanto a comunidade, uma precisa de outra;
- As Associações de bairros, conselhos de segurança, são órgãos fundamentais para a aproximação da PM com a sociedade;
- Ter vontade de fazer, pois não adianta Ter os meios, sem o “querer fazer”
- Uma melhor divulgação da imagem do policial militar não como alguém que está apenas para repreender mas como aquele que pode ajudar a comunidade
- Reforçar sempre para os oficiais tentarem agir com calma, segurança e conhecimento do assunto em questão, sem pré julgar as pessoas.
- Companhias para esclarecer a comunidade das funções das funções de cada polícia (civil e militar) e as limitações de cada uma, principalmente jurídicas;

- Estimular o disque denuncia pela população.
- Divulgação de resultados positivos obtidos pela PM para aumentar sua credibilidade junto à comunidade.
- Mais instrução a respeito de relacionamento com a comunidade para os PM, fazendo-os compreender a necessidade de uma maior integração entre os segmentos da comunidade e os policiais.
- Maior operacionalidade para a polícia, que é nossa missão fim, com isto, teríamos maior credibilidade.
- De nada adianta boas relações com a comunidade, se a polícia é inútil e inoperante.
- Deveria integrar mais o policial com a comunidade, apresentá-lo, fazer com que a comunidade saiba quem está protegendo-a e assim criando um elo entre os dois. O policial deve ter a consciência da sua função e principalmente, evitar transferências sem um motivo pois isto desgasta o policial e principalmente PMPR.
- Primeiro melhorar o relacionamento interno
- Possibilitar a PM esclarecer à comunidade as reais condições de serviço (efetivo, salário, equipamento, desvios de funções), sem interferências políticas.
- A comunidade dever ser informada das dificuldades que o PM enfrenta no seu dia a dia e do quando ela, a comunidade, é importante para que ao atendimento melhore.
- A comunidade deve estar ciente que a PM não é responsável por tudo o que acontece no dia a dia.

ANEXO B

SUGESTÕES DOS PRAÇAS

- melhor atendimento do pessoal interno com o pessoal da QOA.
- Aplicar instruções com pessoas especializadas em RP aos integrantes da Corporação.
- Mostrar ao policial a real importância de RP para que haja maior interatividade entre o policial e o cidadão.
- Realizando cursos e palestras para os policiais.
- Exemplo: a maneira de Merchandising que a Polícia Militar do Estado de São Paulo emprega lá, que pode ser usado como modelo aqui.
- A PMPR já desenvolve os programas de RP e informando a população dos referidos programas.
- Pesquisar num determinado local, junto à população, aos comerciantes, quais policiais desempenharam o melhor trabalho naquela região dentre todos aqueles que ali já passaram, para que a comunidade sinta confiança no policial, principalmente com relação aos módulos.
- Os policiais poderiam escolher os seu parceiros de trabalho, o que evitaria internamentos no SAS.
- Acredito que além de instruções sobre RP deve-se melhorar as condições salariais dos policiais pois, se os policiais estiverem satisfeitos em suas necessidades básicas deve melhorar o relacionamento entre policiais e a comunidade.
- Fazer confraternizações, por conta do Estado.

- Primeiro passo, o PM tem que saber verbalizar, tem PM que parece que veio do mato, não sabe conversar e quando conversa compromete a Corporação.
- O PM já no curso de Sd tinha que sair fazendo estágio junto ao comércio ou comunidade para saber o que se passa no meio da comunidade.
- O Pm tem que fazer amizades, mas não se comprometer com promessas e sim com atitudes.
- O bom relacionamento depende da primeira impressão que deixamos junto ao cidadão.
- Não ser tímido, saber bem o que fala, saber bem da lei, saber desenrolar as perguntas da comunidade.
- Mais instruções que possam melhorar o grau de informação dos integrantes da PMPR, ministrados por profissionais especializados.
- Palestra e confraternizações com os integrantes da PMPR e seus familiares, para iniciar o direcionamento das relações públicas, com a família e posteriormente com a comunidade.
- Maior integração entre oficiais e praças dentro das unidades, tratando os praças como profissionais que o são e principalmente como seres humanos e pais de família, vindo a ouvir mais as necessidades diárias que os praças estão passando, visto que os mesmos são muito pouco ouvidos em suas necessidades devido ao difícil acesso que tem para se relacionarem com seus superiores, vindo com isso a distanciar o relacionamento dos segmentos da mesma classe com os diferentes comandos, que muitas vezes nem somos ouvidos em nossas necessidades e reivindicações.
- Maior compreensão entre oficiais e praças.

- Palestras com conhecedores em RP. Instruções com a tropa sobre a importância da RP no cotidiano militar, envolvimento entre a comunidade e polícia, sendo efetuadas reuniões periodicamente.
- Acredito que todo policial se relacionaria melhor com todos, se fosse mais valorizado, se a carga horária diária, fosse de menor tempo, pois um sujeito que trabalha 10 horas, já está sonolento e cansado, provavelmente isto afeta o bom relacionamento.
- Cursos visando a integração PM aos diversos setores internos, bem como mais contato com associações de bairro, empresas, escolas, para boa relação comunidade/PM.
- A partir da hora que os integrantes do alto escalão da PMPR derem mais atenção aos seus comandados estaremos dando um grande passo para o melhor atendimento a comunidade e ao melhor relacionamento entre os policiais. A comunidade sofre com o atendimento da Corporação, porque não podemos atendê-la bem quando não somos bem tratados pelos nossos superiores.
- Não adianta escolher a dedo o pessoal para receber treinamento, como foi feito com a patrulha escolar. Acredito que os Oficiais e Sargenteantes de Cias devem saber por obrigação quem se comunica melhor com a comunidade e quem não se comunica.
- Temos que salientar que RP não é politicagem, coisa que está acontecendo hoje em muitas Cias, criando um clima de revolta na tropa.
- As pequenas coisas, como: parabéns pelo seu aniversário, bom dia meu amigo” sem a obrigação do RDE, mas sim por respeito, tal como este QUESTIONÁRIO PARA PRAÇAS , somos, também sujeitos ao respeito e dignidade

- Tem que ter mais confraternização entre os policiais, acaba as perseguições e mais lazer com a família principalmente respeitando a folga e dando os direitos a todos que tenham.
- Atividades extra serviço, lazer, esportes – instruções realmente aproveitáveis – empenho de todos, principalmente quem está na função de comando, para um bom relacionamento interno – mais humanidade no tratamento com os integrantes da Corporação – tratar, por meios e pessoas treinadas e aptas para tal, o estresse do serviço e da rotina na atividade policial.
- Comando promover confraternização sem distinção de graduação ou posto para que haja mais união entre todos os integrantes da Corporação.
- Todos os integrantes da PMPR devem pensar na PMPR como uma empresa que presta segurança pública, sermos mais profissionais e menos militar, pois militarismo é um retrocesso e atrapalha o bom relacionamento com a população.
- O comando deve confiar mais sem eus policiais, acreditando mais em cada pai de família, valorizando o bom policial e extirpando os maus.
– todos devem respeitar-se mutuamente como homens e profissionais.
- Mais profissionalismo, mais cordialidade entre as praças e oficiais, modernizando o regime disciplinar, pois este atual já está arcaico e ultrapassado. Feito isto corretamente melhoraria o relacionamento com a população.
- Acabar com PB com intuito particular – a polícia está muito pedinte, muitos PB com intuito particulares em troca de favores.
- Porque policiamento comunitário se não existe policiamento para o contribuinte mais favorecidos, só há policiamento para grandes

empresas, faculdades particulares, shopping e polícia em parques para a elite dominante.

- Procurar saber sobre os problemas pessoais de cada um e tentar solucionar da melhor maneira, principalmente os familiares pois é o que mais afeta o policial.
- Humanização do policial como profissional, participação das praças nas decisões operacionais da OPM, valorização do PM como chefe de família, desmistificação se ignorância, arrogância de hierarquia militar e disciplina.
- Bom conhecimento na área de trabalho, em relação no comércio e comerciantes, estar atento as pessoas que passam e moram na área e não trocar os policiais diariamente desta área colocando somente quem gosta do posto ou do local de trabalho.
- Manuais para cada integrante estudar nos PPOs. – disponibilidade de tempo durante o serviço para contato com a comunidade. - a maior quantidade de PM no policiamento a pé para contato com a população.
- Como todo curso, o de RP seria dividido em tópicos. A prior um destes tópicos deverá ser o de língua portuguesa básica, pois, é inadmissível que um policial militar, no trato com a comunidade, queira resolver os “pobremas” através de “pogramas” educacionais; e que ele consiga preencher um BO inteiro, sem lograr êxito em narrar fatos ocorridos no local de ocorrência.
- Seria interessante uma atividade intra-curricular e quem sabe extra-curricular para estimular e incentivar milicianos no trato da coisa pública e um maior reconhecimento das atividades prestadas pelos funcionários desta Instituição para que no futuro próximo teríamos policiais preparados e capacitados para com o público externo.

Sendo necessário a divulgação daqueles que se dedicam e se empenham em fazer desta Corporação o melhor local de trabalhar. – tenho pouco tempo de PM, mas pelo pouco tempo eu já sinto as amanhãs provocadas pelo sistema arcaico e obsoleto.

- Divulgação no âmbito interno de ações da PMPR, no tocante a projetos de RP e Humanas. - uma maior aproximação entre Comando, Praças e Comunidade.
- Programas que trabalhassem a realidade da PMPR com a comunidade, um programa em que a população veja a PM com as mesmas necessidades que um civil.
- Ter instruções sobre o assunto com frequência, mostrando exemplos positivos e também a importância de determinado assunto.

<p>Nome: SÁ, SÁVIO SERPA Objeto de Estudo: Comunicação Social</p>		<p>Situação Problematizadora: A falta de comunicação deflagra a ingerência nas comunicações das ações executadas pela Instituição</p>		
<p>Problema de pesquisa: Qual tem sido a preocupação da Instituição com a Comunicação Social</p>				
<p>Ponto de vista que irá defender como solução do problema: A Instituição deve priorizar a Comunicação Social; A atividade da 5ª Seção do Estado Maior não tem sido encarada como integrante da direção geral, não possuindo órgão de apoio setorial para o desenvolvimento de suas atividades.</p>				
<p>Objetivo Geral: Subsidiar o Comando Geral da PMPR nas ações e desenvolvimento da Comunicação Social</p>				
<p>Objetivos Específicos: Fornecer elementos que subsidiem a tomada de decisões</p>	<p>Metodologia: Aplicação de questionário.</p>	<p>Revisão de Literatura: Rever os conceitos já testados.</p>	<p>Desenvolvimento: Verificação das técnicas aplicadas comparadas com a realizada</p>	<p>Considerações Finais: Sugerir as melhorias previstas dentro das deficiências encontradas</p>
<p>A Prática: A PMPR é instrumento político-partidário; É relegada a segundo plano</p>		<p>Como é executada; Visão do público interno e externo</p>		<p>Avaliação:</p>
<p>A teoria:</p>				
<p>A simulação:</p>				