

ESTADO DE GOIÁS
POLÍCIA MILITAR
ACADEMIA DE POLÍCIA MILITAR
DIVISÃO DE ENSINO

**A PMGo no Contexto Social - Sua Imagem
Perante a Opinião Pública**

Oficial Aluno : Nivaldo S. Ribeiro

MONOGRAFIA CAO - 92

Goiânia - Go 1992



NIVALDO DOS SANTOS RIBEIRO - CAP PM

Estado de Goiás
ACADEMIA DE POLÍCIA MILITAR

A POLÍCIA MILITAR DE GOIÁS NO CONTEXTO SOCIAL - SUA IMAGEM PE
RANTE A OPINIÃO PÚBLICA

Monografia apresentada como exigência ,
para conclusão do Curso de Aperfeiçoamento
de Oficiais - CAO - realizada na
Academia de Polícia Militar do Estado
de Goiás, sob a orientação da Professora
Cibele Souza Marques da Silva.

ACADEMIA DE POLÍCIA MILITAR DE GOIÁS
CAO - 1992

Aos meus pais, pois sem eles eu não teria
existido.

A Deus, grande Arquiteto do Universo ,
pela sua infinita bondade, pelas graças
e oportunidades recebidas no decorrer '
de minha existência.

Estado de Goiás
ACADEMIA DE POLÍCIA MILITAR
BIBLIOTECA

Um tolo expande toda a sua ira, mas
o sábio a encobre e reprime.

Provérbios 29

S U M Á R I O

INTRODUÇÃO	07
I - RELAÇÕES HUMANAS NA PMGO	10
1.1 - Conceito	10
1.2 - A Importância das Relações Humanas	11
1.3 - Comportamentos Prejudiciais aos Relacionamento Hu mano	13
1.4 - Relações Existentes no 'Quartel'	13
1.5 - Regras de Convivência	14
1.6 - Espírito de Polícia-Militar	15
II - OPINIÃO PÚBLICA	17
2.1 - Conceito	18
2.2 - Elementos que Agem para a Formação de Correntes de Opinião Pública	19
2.3 - Preceitos sobre Opinião Pública	22
III - PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA	23
3.1 - Processos	24
3.2 - Importância da Imprensa na Formação da Opinião Pú blica	25
IV - O HOMEM E A ORGANIZAÇÃO POLICIAL-MILITAR	27

<u>V</u> - PROPOSTA	29
CONCLUSÃO	31
BIBLIOGRAFIA	34
ANEXOS	35
I - EXTRATO DAS PERGUNTAS DE INTERESSE	35
II - AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO E ENTREVISTAS DA PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA	36
III - QUESTIONÁRIO - POLÍCIA MILITAR DE GOIÁS PM/5	37
IV - PLANO DE RELAÇÕES PÚBLICAS DE POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE GOIÁS	38

I N T R O D U Ç Ã O

A preocupação básica do presente trabalho é com a fundação de uma estratégia de análise sociológica das relações 'entre Polícia Militar do Estado de Goiás, aplicável a uma modalidade historicamente específica de sua manifestação: qual seja, a sociedade altamente complexa e industrializada, em que a produção e o consumo em grande escala se estendem até a sua dimensão' cultural.

O problema maior, implícito ao longo de toda a discussão, diz respeito às próprias condições de possibilidade de uma análise da comunicação (e da sua cristalização no plano cultural) em sociedades complexas. Interessa-nos, portanto, a uma teoria específica - que respeite simultaneamente a autonomia da sua dimensão sociológica e aquela do seu próprio objeto de estudo. Vale dizer: importa-nos discernir as condições de realização de uma análise da comunicação que tenha valor de ciência. Uma indicação geral disso merece ser assinalada desde logo: tomarmos provisoriamente (ou seja, sem subestimar a importância do problema) a autonomia teórica da análise, sem nos preocuparmos com a questão fundamental, suscitada precisamente pelo tema em exame. Trata-se da questão acerca da possibilidade de incorporar-se a Polícia Militar de Goiás, juntamente com a sociedade, a uma ciência geral dos sistemas de signos: a Semiologia, ou Semiótica, portanto. Neste caso, dadas as dissensões semiológicas básicas (sintática, semântica e pragmática), lhe caberia um lugar nesta última.

A questão acerca de se respeitar o caráter peculiar do objeto de estudo, a imagem da Polícia Militar do Estado de Goiás perante a opinião pública, não é gratuita. É contribuir pa

ra o permanente aperfeiçoamento do moral do pessoal da Polícia Militar, de sua disciplina, de sua eficiência e sua eficácia na preservação da ordem pública. Contribuir para que a Polícia Militar seja compreendida, respeitada e admirada pela sociedade goiense, como instituição inteiramente consagrada ao cumprimento de sua missão constitucional. E ainda, cooperar no esforço de uma comunicação social da administração pública como um todo, seja pela participação complementar em atividades de educação popular, de natureza cívica ou institucional. Manter os integrantes da instituição devidamente informados e esclarecidos acerca das atividades em curso, de acordo com os escalões considerados. E pesquisar suas aspirações, frustrações e satisfações de natureza profissional e psicossocial e sugerir medidas para sanar os problemas envolvidos, bem como difundir informações sobre as possíveis soluções em curso.

Essa aparente preocupação com a especificidade intrínseca da imagem do policial-militar nas análises convencionais tem implicações profundas; ela ao mesmo tempo reflete e perpetua a carência de um quadro teórico adequado, que permita tratar da comunicação no nível em que ela se propõe e, a partir desse nível (portanto, sem operar uma redução prévia e, no mais das vezes, implícita), propicie a formulação de inferências sociologicamente relevantes.

Isto significa, desde logo, que os problemas mais substantivos, referentes à Polícia Militar de Goiás no contexto social, não formam o cerne do tratamento do tema, a não ser acessoriamente, ao longo do seu desenvolvimento. Eles somente aparecem no primeiro plano no final do trabalho, e ainda de modo indicativo. Concernem, em suma, a uma dissensão básica do ponto de vista de chegada de análise e não do de partida. Notar-se-á isso, especialmente quando se chega ao ponto nuclear da presente argumentação, em que se assinala que a análise sociológica do relacionamento da Polícia Militar de Goiás, para ganhar validade, deve inspirar-se numa teoria que a oriente no sentido do estudo das mensagens, tomadas criticamente enquanto manifestação no plano ideológico.

É óbvio, contudo, que não será o deslocamento do proble-

ma para a área estilística, que nos livraria das questões teóricas e metodológicas, das mais árduas, com que nos haveremos de nos defrontar. Nessas condições, não há o que fazer senão proceder a um exame de cada uma dessas noções básicas pertinentes ao tema, na esperança de delimitar a seu campo de validade teórica, e explicitar, quando for o caso, o seu conteúdo ideológico e as implicações disso.

II - RELAÇÕES HUMANAS NA PMGO

Em todos os setores da vida, encontramos problemas de relações humanas. No Serviço Social, na administração de empresas, na Educação, no matrimônio e na família, no Exército, nos Esportes, nos partidos políticos, na liderança e na direção dos homens em geral, no Comércio e na indústria.

O estudo das relações humanas constitui, hoje, verdadeira ciência complementada por uma arte - a de obter e conservar a cooperação e a confiança dos membros do grupo.

A parte científica abrange problemas e soluções de ordem psicológica, sociológica, administrativa e legal.

Problemas de relações humanas se encontram nas relações' do indivíduo com o grupo, dos indivíduos entre si, do grupo com outros grupos, do líder com o grupo, do indivíduo com o líder.

Onde se encontram dois indivíduos, há problema de relações humanas.

Se olharmos todos os setores da vida moderna, verificaremos que o homem já não pode trabalhar sozinho, a divisão do trabalho e a especialização cada vez maior o tornam dia-a-dia mais dependente de seu grupo, e conseqüentemente dos indivíduos que o compõem.

1. 1. Conceito

Para Beatriz Helena Alletto Torres, Relações Humanas " é

ver os outros, seus irmãos dignos de respeito humano. É a arte de aprender a viver para saber conviver. É despojar-se de sentimentos negativos, de orgulho, de vaidades. É arte de reeducar-se para conviver harmonicamente com os grupos".

Ainda, segundo a mesma autora, Relações Humanas "é a arte de estabelecer e manter contatos com os indivíduos, visando a alcançar, para todos, um convívio harmonioso".

Para o Prof. Luís Bayardo, Relações Humanas "é uma Ciência interdisciplinar que trata das relações do homem com a sua circunstância global, isto é, de acordo com a natureza, do homem com os homens, e do homem consigo mesmo". (idem p. 69)

Para Gelson Mesquita Vinadé, Relações Humanas "é a arte de se obter e conservar a cooperação e a confiança dos membros do grupo".

As Relações Humanas têm por objetivo promover o entendimento entre dirigentes, obtendo-se, dessa forma, melhor rendimento do trabalho.

Nas oficinas, nas lojas, nos escritórios, nas pesquisas científicas, o trabalho em equipe é imprescindível; e o é a tal ponto que, quando prejudicado, se verifica a baixa do rendimento ou simplesmente a paralisação do trabalho.

J. 2. A Importância das Relações Humanas

O estudo das Relações Humanas é importante porque nos mostra a necessidade de manter um bom relacionamento interpessoal no lar, no local de trabalho, enfim, em qualquer ambiente onde haja a presença de pessoas.

Não bastam, no entanto, boas relações entre as pessoas e entre os líderes e seus grupos para o empreendimento ser levado ao êxito: é imprescindível, ainda, os grupos se entenderem entre si, e isto é tanto mais verdade quanto a empresa é maior e que

as equipes, seções, divisões, setores são mais numerosos. Boas relações entre grupos não se improvisam, mas dependem de inúmeros fatores, que iremos analisar em primeiro lugar; digamos "em primeiro lugar, porque, se dentro das empresas é importante cuidar deste aspecto, temos de pensar também na PMGO ou organização como um sistema social, como um grupo maior que também tem as suas relações com outros grupos e outras coletividades. Estas relações podem tomar o caráter de colaboração e respeito mútuo, mas existem também organizações em conflito, por concorrência, competição ou má interpretação das suas funções mútuas.

A preocupação dos bons gerentes e diretores de empresas é cuidar da organização racional das equipes de trabalho; se é verdade que, sem relações humanas, não há organização racional possível, o contrário também é verdadeiro; da má organização nasce a confusão nos espíritos, a má vontade, a desconfiança, tanto entre as pessoas como entre os grupos; entre as primeiras providências a tomar na organização de uma empresa, figura a divisão clara e nítida das atribuições entre cada grupo de trabalho.

Convém não esquecer que é ainda extremamente difícil discriminar, em determinado grupo, se a sua ausência de contato com outros grupos é realmente fenômeno do próprio grupo ou se se deve incriminar o seu dirigente que influencia os seus membros no sentido do isolamento; fato é que os grupos que têm tendência a ajudar outros grupos ou convocar reuniões de intercâmbio de experiência num terreno de igualdade são, em geral, dirigidos por um líder.

Acontece que, em casos de reorganização interna de certas organizações, ou de incorporação de uma empresa pela outra, há a necessidade de fundir um ou vários grupos entre si. Tais operações apresentam certos perigos, entre os quais o mais frequente é o medo e a angústia que invadem os membros dos grupos; este medo pode tomar várias formas, segundo o tipo de problema:

1. Medo de perder o lugar pelo necessário desaparecimento de cargos existentes simultaneamente nos dois grupos a fundir, é o que ocorre quando se procede à fusão de dois escritórios onde existem muitos datilógrafos; os profissionais de cada um dos escritórios ficam com medo de serem despedidos.

2. Medo de mudar de chefe e não se dar bem com o novo dirigente, sendo assim obrigado a pedir demissão.

3. Angústia geral provocada por mudanças de ambiente, sem que haja causa definida, a não ser o temor do desconhecido.

É exatamente perigoso deixar desenvolver-se ou aparecer, estes tipos de medo; com efeito, os indivíduos angustiados pela situação se tornam, automaticamente, inimigos de qualquer mudança.

A organização das relações humanas entre os grupos é muito mais difícil que entre as pessoas; as forças em jogo só começaram a ser estudadas na primeira metade deste século.

Antes de procurar estreitar as relações entre dois grupos, é indispensável pensar, na medida do possível, em todas essas forças que podem umas favorecer a cooperação, outras impedir ou mesmo destruí-la em caráter definitivo. *

1. 3. Comportamentos Prejudiciais ao Relacionamento Humano

- Ser agressivo ao falar às pessoas;
- Gostar de impor suas idéias;
- Interromper os outros quando falam;
- Falta de traquejo interpessoal;
- Não compreender as outras pessoas além de sua forma de ver as coisas.

1. 4. Relações Existentes no Quartel

É dentro do quartel que permanecem uma boa parte do tempo e por essa razão, se faz necessário criar um clima de harmonia, alicerçado no respeito mútuo e no espírito de equipe.

Nas relações Humanas estamos a todo instante falando, gesticulando ou fazendo mímica para o nosso interlocutor; em suma, estamos estabelecendo comunicações.

Antigamente pensava-se que para se comunicar com alguém, bastava lhe falar ou escrever, ou ainda dar uma ordem para que esta fosse entendida, compreendida; os estudos da Psicologia Social mais recentes têm demonstrado que, na realidade, as comunicações são sujeitas a distorções, deformações, que fazem com que raramente uma mensagem seja recebida tal qual foi emitida; quantas vezes convocamos pessoas para uma reunião na quarta-feira e um ou outro membro comparece na quinta-feira!

Para estabelecer boas comunicações é preciso, em primeiro lugar, conhecer o mecanismo de uma comunicação.

Ao estudar as relações existentes na nossa Corporação, verificaremos a existência de dois tipos de relações:

- Relações Verticais - são aquelas entre elementos de postos ou graduações diferentes.

- Relações Horizontais - são aquelas entre elementos do mesmo posto ou graduação.

Nossa profissão exige que trabalhemos como uma equipe unida e coesa. Para tanto, é imprescindível que não exista conflitos em qualquer uma dessas relações e, entre essas relações.

O relacionamento seguro entre os membros da Corporação faz com que haja interesse no trabalho, troca de idéias e propostas para a solução conjunta de dificuldades.

5. Regras de Convivência

Algumas regras poderão ser citadas no relacionamento com pessoas:

- Trate os outros como gostaria de ser tratado;
 - Sempre que alguém lhe prestar um favor, agradeça;
 - Ensine aos seus filhos a respeitarem os vizinhos;
 - Não se imiscua em problemas que não lhe digam respeito;
 - Evite falar mal ou divulgar sua opinião pessoal a respeito desta ou daquela pessoa;
 - Evite repreender quem quer que seja na frente dos
-

tros. Chame-o a sós.

- Seja moderado ao falar, isto é, fale apenas para o seu interlocutor;

- Não trate de assuntos tristes ou desagradáveis durante as refeições;

- Ao transitar em calçadas públicas, faça-o sempre pela direita, ultrapassando pela esquerda;

- Seja atencioso, polido e prestativo para com as pessoas;

- Evite brincadeiras que possam ferir alguém.

Estado de Goiás
ACADEMIA DE POLÍCIA MILITAR
BIBLIOTECA

4. 6. Espírito de Polícia Militar

Entendemos que Espírito de Polícia Militar é uma conscientização profissional que deve existir em cada um dos componentes das Polícias Militares com vistas aos objetivos e às finalidades expressas nos textos legais que definem a situação dos PM, no contexto sócio-político do Brasil.

Esse Espírito de Polícia Militar é que permitiu a valorização do PM, ^(não novo) no exercício de sua profissão, definido na estrutura social do país. Nas mais diversas atuações do policial militar, através desse espírito, é que irá se firmar como um indivíduo útil à sociedade a que serve e qual promete defender, mesmo com o sacrifício da própria vida, ficando bem caracterizado o binômio polícia e sociedade.

Para desenvolver-se esse espírito é mister que todos que tenham função de comando, que orientem e dirijam homens, estejam sensíveis de suas responsabilidades e procurem, através da instrução, conscientizar o homem de suas atribuições legais, ^(não novo) como último ou primeiro representante do poder público, dando-lhe o devido apoio, o incentivo necessário para que se sinta protegido e possa atuar no policiamento ostensivo dentro dos ditames do bom-senso e da responsabilidade que lhe pesa sobre os ombros. A tropa deve estar conscientizada de que a missão do PM é especificada, visando construir e integrar e, principalmente estar a servi

ço da sociedade.

III - OPINIÃO PÚBLICA

O objetivo básico de Relações Públicas é moldar e influenciar a opinião pública. É, portanto, necessário ao profissional de RP compreender a formação, a natureza, o desenvolvimento e o sentido da opinião pública. A opinião pública é assunto nebuloso, difícil de ver, de definir, de explicar. Psicólogos, sociólogos, cientistas, políticos e sociólogos descrevem-na de vários modos, segundo o ponto de vista onde se colocam para estudar. Há entre eles muita divergência quanto à sua significação.

A "opinião pública" assume um significado diferente conforme reivindique para si a condição de uma instância crítica em relação à publicidade normativamente imposta da execução do poder político e social, ou sirva como uma instância receptiva em relação à publicidade manipulativamente difundida de pessoas e instituições, bens de consumo ou programas. Na esfera pública ambos os tipos de publicidade estão presentes, mas "a" opinião pública é sua destinatária comum - trata-se então de examiná-la em busca de seus traços específicos.

Os dois aspectos da publicidade e da opinião pública não se defrontam numa relação entre norma e fato - tal como se se tratasse do mesmo princípio, cuja eficácia real apenas ficasse 'aquém daquela que lhe é dada ter (e, similarmente, o comportamento efetivo do público ficando aquém do esperado). Dessa forma, poder-se-ia fazer coincidir uma grandeza ideal da opinião pública com seu perfil real; mas este manifestamente não é o caso. Ao contrário, as funções da publicidade - a crítica e a manipulativa - são claramente distintos. Elas estão em conexões de efeitos sociais opostos. Ademais, para cada uma dessas figuras postula-

se uma expectativa de comportamento diversa do público: (...) ' uma delas dirige-se à opinião pública, a outra à opinião não-pública.

A "opinião pública", que já constituía um problema para o liberalismo de meados do século XIX, emergiu à consciência no último quartel daquele século, como uma grandeza problemática. Em um tratado sobre "A essência e o valor da opinião pública", publicado em 1879, lê-se, no tom resignado do liberalismo tardio: "Assim, a novidade nos fatos e a necessidade de variedade tornaram-se de tal forma decisivos atualmente, que a opinião popular prescinde tanto do apoio seguro na tradição histórica quanto ao singularmente enérgico trabalho preliminar na oficina de idéias dos grandes homens, que acreditavam em princípios e tudo lhes ofereciam em sacrifício. Aquilo que, há cem anos, era concebido pelos contemporâneos como um dos poucos princípios obrigatórios da sociedade (a saber, aquele de opinião pública), transformou-se com o correr do tempo num tópic, pelo qual as pessoas acomodadas e pouco dadas ao trabalho espiritual se eximem da atividade mental própria". Já cinco anos antes Schüffle caracterizava a opinião pública como uma "reação amorfa da massa", e a definira em termos de "expressão dos pontos de vista, juízos de valor ou tendência volitiva de um público especializado ou em geral.

2. 1. Conceito

Tão pouco quanto o conceito de opinião pública fixado nas instituições executivas do poder político penetra na dimensão dos processos de comunicação informal, também o conceito de uma opinião pública dissolvida sócio-psicologicamente em relações de grupo não ter acesso àquela dimensão na qual a categoria em causa outrora exibiu a sua significação e ainda hoje, precisamente como ficção constitucional, leva a sua existência reclusa, sem ser tomada muito a sério pelos sociólogos. "Neste sentido, se

A. Schüffle, *Ban und Leben des Sozialen Köspers*, 2a. ed., Tübingen, 1896, vol. 5, p. 191.

F. ZWEIG, "A not ou public opinion Research", *Kyklos*, vol. X, 1957, p.147

riam designadas como opinião pública todas aquelas formas de comportamento de quaisquer grupos populacionais que sejam aptas a modificar ou também a manter as estruturas, práticas e objetivos da dominação". E o autor não fica devendo as provas para a sua afirmação. A opinião pública é definida desde o início em termos dessa manipulação, com ajuda da qual os detentores do poder político devem tentar "harmonizar as disposições de uma população à doutrina e estrutura políticas, ao tipo e aos resultados do processo de decisão corrente". A opinião pública também é objeto da dominação quando conduz a concessões e reorientações por parte desta.

2.2. Elementos que Agem para a Formação de Correntes de Opinião Pública:

- a - Os valores culturais, a formação espiritual e profissional;
- b - Os meios de comunicação social (jornais, rádio, TV, livros, revistas e outros);
- c - Os estatutos jurídicos ou as conquistas e decisões de direito;
- d - A atuação dos líderes.

Existem, também, fatores que influenciam a opinião pública em relação à PM como mostraremos a seguir.

O policial-militar é naturalmente a pessoa a quem os outros se dirigem à procura de informações.

As pessoas não têm obrigação de entender de regulamentos nem de insígnias; o chamativo de "PM", "Soldado", "Guarda", ou outro qualquer semelhante, é para ele o bastante para o início do diálogo. Não se ofenda ao ser chamado assim. Mesmo que o PM seja um oficial ou graduado, a grande parcela da população julgará ~~ele~~ responsável pelas mesmas atribuições que qualquer policial-militar. Além do mais, tratar bem qualquer pessoa é a primeira exigência da boa educação. As pessoas bem atendidas se sentirão satisfeitas e o PM passará a compreender melhor a sua profissão e a encarar a sua atividade como um posto essencial de

prestação de serviços.

É necessário que o PM mantenha-se bem informado, pois existe um limite de conhecimentos gerais necessários a todo homem, e um máximo desejável de conhecimentos na profissão, que é necessário e fundamental a todo profissional. Procurar saber e acompanhar o que acontece ao seu redor, seja na sua cidade, no nosso Estado, no Brasil e até mesmo no mundo, é de interesse de todo cidadão.

Deve-se ter muito cuidado com a maneira de agir, de gesticular, de se expressar em público. Quando nos portarmos diante da opinião pública, será a Polícia Militar - sempre ela - a beneficiária ou a vítima da boa ou má referência que tivermos merecido. Todo o respeito que a população pode dedicar ao policial será sempre em função de sua capacidade de atuação profissional, da sua discricção e da sua boa educação.

Também, a aparência pessoal é de muita importância para que uma pessoa seja aceita pelos outros. Um soldado da Polícia Militar com a barba por fazer, coturnos sujos, desabotoado, cabelo grande, farda mal passada? Que impressão causaria trajando dessa maneira, seria de relaxamento pessoal, além de ficarem pensando que na Corporação todos andam assim. Bem apresentados, a farda colocará o policial em inegável destaque. É um ponto sensível à opinião pública. Qualquer atitude do policial está sendo minuciosamente observada.

Outro aspecto interessante que merece destaque é a atenção. O policial deve dar atenção às crianças, aos velhos, às gestantes, aos portadores de defeitos físicos, às pessoas nitidamente debilitadas por inanição. Investir na confiança e na amizade do público infantil é garantir para a polícia a viabilidade de uma recepção cordial num futuro que não está tão distante assim. Todas as vezes que um policial puder ajudar uma dessas pessoas, estará sendo observado e elogiado por aqueles que estão no seu redor. Agindo dessa maneira, o policial estará engrandecendo a sua imagem e a da Corporação. E essa imagem depende do policial, de seu trabalho certo, da sua apresentação pessoal, de sua maneira educada de tratar.

O jovem, principalmente o estudante, é uma exploração de

vigor, de entusiasmo, de ânsia de participação. Lembrar que, sob uma vasta cabeleira, ou em roupas e trajes pouco usuais, agindo e falando conforme a "mais nova onda", muitas vezes são excelentes rapazes e moças, inteligentes, valorosos bons filhos e, em tudo, uma razão de esperança para um melhor amanhã. É na juventude que a Polícia Militar recruta os seus Sargentos e os seus Oficiais. Deve-se lembrar que a Polícia Militar será sempre julgada através do julgamento sobre a sua pessoa. Será elogiada, admirada, respeitada, se ela fizer por merecer na sua individualidade o elogio, a admiração, o respeito. Sorrir a uma criança, ajudá-la a atravessar a rua, participar de brincadeiras: o mundo infantil é, acima de tudo, um mundo de imaginação fértil, de alegria e de sonhos. A criança olha o policial com curiosidade, pronta ao sorriso.

É a opinião homogênea de um grupo acerca de um determinado assunto; apesar de homogênea, ela não é unânime, porém força a conduta das pessoas, obrigando-as, muitas vezes, à mudanças de comportamento. Todos os indivíduos são sensíveis à opinião pública, mas nem todos reagem da mesma forma às pressões que ela exerce.

A opinião pública não é permanente, e por ter caráter provisório, é dinâmica e mutável.

A opinião pública é formada a partir da divulgação de opiniões individuais através dos veículos de comunicação, estabelecendo uma integração de julgamento que, somadas, ganharão uma personalidade coletiva, representativa de um público.

Para entender a opinião de um público ou de um grupo, é essencial conhecer-se a formação da opinião individual. A opinião é um produto de inúmeras influências físicas e mentais que, tomadas em conjunto, dão origem a atitudes que se exprimem em formas de opiniões.

As opiniões de um indivíduo podem refletir, em vasta proporção, o seu estado. Uma pessoa que sofre de enxaqueca, trabalha com uma desvantagem deformadora para os seus pontos de vista;

Impulsos ou motivos psicológicos exercem influência na opinião. Alguns desses impulsos são reações puramente instintivas, ocasionadas pela raiva, o perigo ou a exaustão. Também pode

mos incluir, entre outras, o desejo de segurança, de êxito econômico, de aprovação e aceitação sociais, de satisfação do orgulho e demais motivações.

2. 3. Preceitos Sobre a Opinião Pública

Evidentemente, a opinião pública é uma força bastante atuante em qualquer organização, grupo social ou comunidade. É sensível ao acontecimento importante e, em geral, não precede aos acontecimentos, apenas reage a eles.

As diretrizes e os esboços dos planos de ação têm mais importância quando a opinião pública ainda não estiver formada e os indivíduos, por isso, ainda sejam receptivos à procura de uma interpretação que lhes mereçam confiança.

Basicamente a opinião de um grupo é influenciada pelos interesses próprios. Portanto, dificilmente se modificará por fatores ou palavras.

Enfim, a opinião pública aprova ou desaprova socialmente a conduta das pessoas, o que acarreta reflexões positivas ou negativas nas instituições a que pertencem.

III

IV - PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA

Atualmente a pesquisa é considerada um método destinado a avaliar o valor, a frequência e a extensão de um fenômeno ou uma série de acontecimentos, bem como identificar os fatores de terminantes desses fenômenos ou eventos. Pode-se admitir que ela está presente em qualquer campo da atividade humana.

A atividade de pesquisa pode aplicar-se a fenômenos originais ou a novos aspectos de fenômenos já estudados. A pesquisa ordenada, por conseguinte, pode avançar por dois caminhos: procurar descobrir verdades novas ou retificar e ampliar conhecimentos previamente adquiridos. Isso significa afirmar que a pesquisa é fundamental para o progresso de qualquer ramo do conhecimento humano. É válido dizer que essa conceituação de pesquisa não exclui a importância da pesquisa aplicada e desenvolvida em determinados setores, em função da necessidade de encontrar solução imediata para certas questões. Geralmente, a pesquisa de opinião pública tem esse caráter imediatista.

Na área de Relações Públicas, a pesquisa tem sido reconhecida como instrumento para a prestação de informações, que interessam à empresa ou instituição. Os empresários competentes freqüentemente recorrem ao seu Departamento de RR.PP., como fonte permanente de informações sobre a própria empresa, sobre seus públicos, sobre as tendências sociais, políticas e econômicas, tendo em vista obter uma série de conhecimentos e informes adequados, que permitam escolher com acerto a decisão a ser tomada. Mas para isso é necessário que o Departamento de RR.PP. possua um arquivo informativo atualizado e que seus profissionais sejam capazes de analisar os dados conseguidos.

A pesquisa de opinião pública se desenvolve em dez etapas, a saber: 1. definição do problema; 2. formulação do questionário; 3. pré-teste do questionário; 4. seleção da amostra; 5. escolha e treinamento dos entrevistadores; 6. coleta de dados por meio de entrevista; 7. verificação e supervisão das entrevistas; 8. tabulação manual ou mecânica; 9. análise e interpretação dos dados; 10. relatório final. Podem ainda ser consideradas etapas complementares da pesquisa a preparação do orçamento e a determinação do tempo.

No caso de pesquisa de opinião do público interno, não há necessidade de o departamento de RRPP. socorrer-se dos serviços de um instituto especializado, bastando para tanto o emprego de questionário. Os questionários devem ser absolutamente iguais, apresentados no mesmo tipo de papel e cor, e nenhuma numeração ou outro meio que possa dar ensejo à desconfiança de que o respondente será identificado.

A avaliação representa o ponto crucial de qualquer programação de Relações Públicas. Necessita-se não só conhecer quem leu nossas publicações e notícias ou recebeu nossas mensagens por intermédio dos veículos de comunicação massiva, mas também saber se a nossa programação modificou alguma atitude e forma de pensar de nosso público. Os números alcançados podem ser importantes e expressivos, mas é decisivo verificar se as atitudes e opiniões dos públicos se alteram em face dos programas cumpridos.

3- 1. Processos

a - Formais:

- Entrevistas;
- Questionários

b - Informais:

- Contatos e Conversas;
- Visitas;
- Correspondência;
- Análise dos noticiários de imprensa.

O nosso trabalho foi dirigido ao público externo, obser-

vando o processo formal e informal.

A opinião pública é importante porque mede de forma igual, o maior ou menor grau de aceitação por parte da comunidade, dos serviços prestados pela Corporação. É uma força atuante em todos os setores da comunidade, aprovando ou desaprovando, socialmente, a conduta dos componentes de uma instituição, sendo capaz, inclusive, de prejudicar a imagem desta perante o público.

A opinião pública são as opiniões de todos os membros do grupo em face de uma questão controversa. A opinião de um grupo não representa necessariamente a opinião unânime de todos os seus membros; mas os que não concordam com a opinião prevalente, devendo estar dispostos a aceitá-la e conformar-se com a opinião do grupo. Para ser verdadeiramente "opinião pública", o ponto de vista do grupo deve ser a expressão da minoria, tanto quanto da maioria. A minoria deve marchar com a opinião da maioria; do contrário, não haverá opinião pública.

As opiniões favoráveis ou desfavoráveis formadas em torno do policial-militar dependem basicamente do desempenho dos seus integrantes. Por isso, todos os componentes da instituição são responsáveis pelas Relações Públicas da Corporação. Contudo, as funções mais importantes são aquelas exercidas pelas pessoas que lidam diretamente com o público.

Por isso é que o PM é importante no seu trato direto com o público. É ele quem manterá a sua OPM constantemente informada de tudo que ocorre em seu setor, possibilitando, desta maneira; que ela tenha um maior conhecimento das reais necessidades da comunidade.

Não se deve medir esforços para que a nossa Corporação adquira, cada vez mais, a confiança da sociedade goianiense, pois, na medida que esta confiança for aumentando, a Polícia Militar, a comunidade e o policial-militar serão beneficiados.

3- 2. Importância da Imprensa na Formação da Opinião Pública

Um bom relacionamento entre a Polícia Militar e a Imprensa fará com que esta contribua para uma maior e melhor integração

ção entre a Corporação e a sociedade goianiense.

A imprensa é também um público. Frequentemente, a imprensa em geral é considerada apenas um instrumento de divulgação para ser usado de qualquer maneira, sem levar em consideração que ela é também um público e, como tal, deve ser tratada. Essa é a primeira tarefa de relações-públicas, fazer com que a imprensa em geral seja reconhecida como um público, pelas empresas e outras instituições.

As relações com a imprensa visarão principalmente, a:

- Criar um clima de amizade e compreensão entre a Polícia Militar e os profissionais da imprensa, visando uma cooperação mútua;

- Promover e incentivar a divulgação de notícias que engrandecem o serviço prestado pela corporação;

- Estimular os contatos da imprensa com o meio policial, explorando as oportunidades que se apresentarem (visitas ao Quartel, comemorações cívicas, demonstrações);

- Prestigiar os integrantes da imprensa facilitando-lhes o máximo possível, a realização de suas atividades profissionais.

A aproximação da Polícia Militar com o público estudantil e educadores, principais responsáveis pela sua formação, corre grandemente para a obtenção e manutenção de uma imagem simpática à Corporação. Não se pode esquecer que, dessa aproximação poderá resultar uma influência marcante e duradora, o que para a instituição é altamente positivo.

A aplicação às Polícias Militares, dos princípios, das normas, das condutas básicas e da própria filosofia das Relações Públicas é algo que deve ser tomado como prioridades, tal como é considerado operacional da Corporação.

O exercício das boas relações públicas, a conquista e a manutenção de uma boa imagem junto à sociedade, a obtenção de uma aprovação social para as suas atividades, em síntese, o apoio do público, são elementos de importância transcendental para a própria sobrevivência das polícias militares.

V - O HOMEM E A ORGANIZAÇÃO POLICIAL-MILITAR

Através do policiamento ostensivo é que a Polícia Militar se comunica com a comunidade. O soldado que fica nas ruas, controlando o trânsito, ajudando uma velhinha a atravessar a rua, consolando uma criança perdida ou dando uma informação de uma forma gentil, é quem mantém diariamente a imagem da Polícia Militar. Por ser muito ampla e composta de inúmeros elementos, é difícil manter uma mesma linha de conduta durante a execução de sua missão. Seguidamente, deparamos com as manchetes de jornal, dando ênfase a fatos negativos que prejudicam a imagem da Instituição policial-militar, provocando um conceito errôneo e antipático para muitos.

Atos relevantes e até mesmo heróicos. É que faltam na Polícia Militar. Porém, os mesmos não levam letras garrafas das manchetes de jornais. O salva-vidas que entrou mar adentro para retirar um banhista audacioso, ou um velhinho a tomar banho de mar, o soldado que fica na frente da escola protegendo as crianças dos traficantes de tóxicos ou as viaturas que percorrem a cidade tentando evitar assaltos que, às vezes, nem chegam à serem comentados, nada é do que a missão da Polícia Militar de Goiás, de proteger a sociedade à qual pertence, não interessando as possíveis consequências que irá sofrer.

A boa imagem da Polícia Militar é o reflexo do comportamento dos seus agentes. Por isso, é necessário uma atenção especial, na maneira de agir e de falar, no atender todo e qualquer tipo de ocorrências. Obter conhecimentos através de cursos de Relações Públicas, Relações Humanas e Psicologia Social, ajudará uma PM se sentir mais seguro e com maiores condições de realizar.

Um bom trabalho.

Servir bem ao público é a finalidade mais alta da Corporação. Por isso, o esforço individual de cada componente contribuirá para que a sociedade possa ver com bons olhos a Polícia Militar.

A conduta do PM é um dos principais instrumentos de RP com que conta a Corporação. É através dela que o público constatará se a tropa está ou não bem preparada, se existe ou não a mentalidade de que nossa missão é proteger e garantir os direitos dos cidadãos.

O PM é o principal elo de ligação entre a Polícia Militar e o público em geral. É ele quem está diariamente nas ruas, mantendo o contato direto com o público. É ele quem está sendo constantemente observado, elogiado ou criticado por todos aqueles que o rodeiam. Ele não é visto como um cidadão comum, e sim como um representante da Lei, como alguém encarregado de manter a ordem e assegurar a tranquilidade da população. É ele que, através de um bom serviço prestado, faz as melhores relações públicas da Corporação.

Estado de Goiás
ACADEMIA DE POLÍCIA MILITAR
BIBLIOTECA

V - PROPOSTA

O QUE DEVE SER FEITO PARA MUDAR A IMAGEM DA PM PERANTE A COMUNIDADE

Muitos são os fatores positivos e negativos, como já discutiremos no conteúdo do trabalho, que contribuem para a imagem da PM junto à sociedade.

O Plano de Relações Públicas da PMGO enumera vários itens que, postos em prática, contribuem para melhorar a dicotomia polícia x comunidade.

1. O comando da Corporação deve priorizar, ante as inúmeras medidas já priorizadas, a opção pelo POLICIAMENTO COMUNITÁRIO, ^(em todo o Estado) partindo do princípio de que, não basta a orientação doutrinária, pois o sistema já funciona precariamente através dos postos policiais-militares (PPM) já instalados nos diversos setores da região metropolitana de Goiânia;

2. Preparo melhor dos PMs em todos os sentidos, tratando com justiça e lealdade os seus subordinados;

3. Os PMs devem receber bastantes ensinamentos na área de assistência social;

4. Treinar primordialmente, na prática, as técnicas e táticas de Polícia Militar, sabendo diferenciar as pessoas de boa índole dos infratores de alta periculosidade;

5. O Estado deverá ter um plano de bons ^{necimento} ~~salários~~ para os policiais-militares, assim sendo, selecionar melhor os PMs, melhorando o nível.

6. Criar, junto aos canais competentes da imprensa local, espaços para que se possa desenvolver programas no sentido de conscientizar a sociedade dos serviços prestados pela PM em benefício da coletividade.

7. Criar um setor de pesquisa vinculado à área de Relações Públicas.

8. Traçar diretrizes para o atendimento telefônico, na PMGO.

9. Como suporte deste setor, criar uma Central de Informações - Sugestões - Reclamações, com um número telefônico chave, para facilitar o acesso da comunidade junto à polícia.

10. Difundir a idéia de que atuar de forma a bem posicionar a Corporação na Opinião Pública é obrigação de todo policial-militar.

11. Melhorar a estrutura do serviço, principalmente a nível de unidade operacional.

12. Definir uma estratégia de ação junto às entidades representativas da comunidade.

C O N C L U S Ã O

As noções básicas que orientam as versões dominantes da análise sociológica da comunicação e da cultura em sociedades contemporâneas carecem de valor teórico, porque correspondem à incorporação a crítica de noções oriundas de contextos claramente ideológicos.

Em consonância com isso, as concepções da sociedade subjacentes ao uso dessas noções também são mais propriamente ideológicos do que teóricos; vale dizer, reproduzem a realidade ao invés de transcendê-la explicitamente.

Os processos comunicativos e culturais em grande escala nas sociedades contemporâneas não podem ser analisadas unicamente em termos da difusão e consumo de bens culturais, nem com base nos grupos sociais envolvidos nesse processo. Tais áreas são, precisamente, as que requerem uma análise em profundidade; constituem, portanto, um aspecto do problema e não objeto específico para o seu estudo.

Não pretendemos ter esgotado o assunto de Relações Humanas e Relações Públicas neste trabalho, pois nem em tratados volumosos poderíamos encarar todos os aspectos que o envolvem.)

Se conseguirmos fazer sentir ao receptor o que ele pode realizar, para tornar mais agradáveis, construtivos e eficientes na realização dos seus objetivos, os grupos sociais, as instituições, que dirige a a que pertence, já estaremos satisfeitos.

Vimos como são complexos os problemas que surgem nos grupos sociais; quanto é delicada a missão do líder que, além de escolher bem os seus colaboradores, deve ainda coordenar os esforços de cada um, evitando conflitos entre os membros do grupo.

E a Polícia Militar não poderia ser diferente.

Nas diversas situações do policial-militar, através desse espírito é que ele irá se firmar como indivíduo útil à sociedade a que serve e a qual promete defender, mesmo com o sacrifício da própria vida, ficando bem caracterizado o binômio Polícia Militar - Comunidade.

Para desenvolver esse espírito é mister que todos que tenham função de comando, que orientem e dirijam homens estejam cômicos de suas responsabilidades e procurem, através da instrução, conscientizar o homem de suas atribuições legais como último, ou o primeiro, representante do poder público, dando-lhe o devido apoio, o incentivo necessário para que se sinta protegido e para atuar no policiamento ostensivo.

Daí a necessidade de se aprofundar sempre mais o tema de Relações Públicas dentro da PM, entendê-las não apenas como um serviço de propaganda, pois esta pode ser falaciosa, mas como um verdadeiro serviço de comunicação entre a sociedade e a Corporação de tal maneira que as informações revelem à Corporação a sua imagem perante a comunidade e levem à comunidade a verdadeira imagem da Corporação.

Para isso, é necessário que as Relações Públicas se disponham dos instrumentos requeridos para seu desenvolvimento: recursos humanos, materiais e financeiros, para que seja possível uma eficiente planificação de seu trabalho.

Evidencia-se, ainda, neste trabalho, a necessidade de um aprimoramento direcionado, no sentido de fortalecer as Relações Públicas na Polícia Militar, para que a mesma possa se informar melhor dos acontecimentos atinentes à sociedade moderna que cobra cada vez mais prestação de serviços junto a ela. A polícia.

Com respeito aos direitos humanos, paradoxalmente se proliferam os ódios e os preconceitos habitualmente manobrados dentro da sociedade brasileira. Vemos, ao mesmo tempo a defesa dos valores e de direitos dos indivíduos e o ataque desenfreado contra homens e instituições. A Polícia Militar é um alvo desses ataques, pois é inegável a existência, em todo o território nacional, de ações organizadas ou não que procuram a desmoralização

das Polícias Militares, frente às populações, criando um ambiente de descrédito e insegurança, provocando a falência da autoridade.

Levando em conta que o resultado final do que é divulgado é a Opinião Pública, será necessária a manutenção de medidas de minimização dos elementos de informação pública através de estudos e do uso das técnicas de contato entre a Corporação, imprensa e público. Só existe uma única forma de manter o respeito público, que é o cumprimento perfeito das atribuições afetas à Corporação.

B I B L I O G R A F I A

- 01 - ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza. Curso de Relações Públicas. ~~Atlas~~, 4. ed., São Paulo, ~~1988~~. *Atlas, 1988.*
- 02 - ARGYRIS, Chris. "O Indivíduo e a Estrutura Orgânica", in O Comportamento Humano na Empresa. Fundação Getúlio Vargas. *? incompleta*
- 03 - BERLO, B.K. O Processo da Comunicação. *São Paulo* Editora Fundo de Cultura, São Paulo, 1968.
- 04 - BORDENAVE, Juan E. Diaz. Introdução à Comunicação como Processo, Tecnologia, Sistema e Ciência. ~~Vozes~~, 5a. ed., Petrópolis, *Vozes* 1991.
- 05 - CANFIELD, Bertrand R. Relações Públicas. Vol. 1, 2 ed., ~~2a~~. São Paulo, Pioneira, 1970, p. ~~27-48~~.
- 06 - COHN, Gabriel. Sociologia da Comunicação. *São Paulo* Pioneira, São Paulo, ~~1973~~.
- 07 - IP/PM-5-1. Instruções Provisórias Sistema de Assuntos Cíveis das Polícias Militares. 1973.
- 08 - LAKATOS, Eva Maria e Marina de Andrade Marconi. Fundamentos de Metodologia Científica. ~~Atlas~~, 3. ed., São Paulo, *Atlas*, 1991.
- 09 - PENTEADO, J.R. Whitaker. Relações Públicas na Empresa Modernas. 4. ed., Lisboa, Centro do Livro Brasileiro. s.d.p. 7.
- 10 - Polícia Comunitária - CAO/92
- 11 - SELLTIZ e Outros - Método de Pesquisa nas Relações Públicas, Edição Revista e nova tradução de Dante Moreira Leite, EPU, São Paulo. *Pro?*

- 12 - TORRES, Beatriz Helena Colleto. Relações Públicas, Doutrina Diretrizes e Instruções. Rio Grande do Sul, Brigada Militar, 1983, p. ~~41~~.
- 13 - UCHOA, Marcus Vinícius. Plano de Assuntos Cíveis da Polícia Militar de Mato Grosso do Sul, 1983.
- 14 - WEIL, Pierre. Relações Humanas na Família e no Trabalho. Petrópolis, 43. ed., 1991. *4ª edição*
- Vozes*

A N E X O I

EXTRATO DAS PERGUNTAS DE INTERESSE

APÊNDICE I

A IMAGEM DA PMGO PERANTE A OPINIÃO PÚBLICA

PESQUISA REALIZADA PELO CAP PM NIVALDO DOS SANTOS RIBEIRO

EXTRATO DAS PERGUNTAS DE INTERESSE

PERÍODO: 01/10 jul 92

UNIVERSO: População urbana com idade igual ou superior a 18 anos

AMOSTRA: Costas proporcionais, estratificada em função das seguintes variáveis.

- Sexo;
- Idade;
- Local ou Moradia.

NÚMERO DE ENTREVISTADOS: 158

LOCAIS:

- Centro;
- Setor Leste Universitário;
- Setor Campinas;
- Setor Aeroporto;
- Jardim Alto da Glória;

Interior:

- Cidade: Rio Verde;
- Cidade: Pires do Rio;

- Cidade de Catalão.

CONTROLE DOS DADOS: Questionário em função dos objetivos pesquisados;

Entrevistas através do processo informal.

APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS: Em relatório percentual e gráfico
E gráfico de setor.

APÊNDICE II

AVALIAÇÃO DAS PERGUNTAS DO QUESTIONÁRIO E ENTREVISTAS DA PESQUISA DE OPINIÃO

As perguntas tentaram revelar o pensamento de uma pequena amostra da população goianiense, visando obter o perfil do policial-militar, assim como da Instituição.

O policial que é, tecnicamente o público nº 1 da Organização, um dos responsáveis pela execução da atividade-fim da Corporação, mantém contato direto e diário com as diversas camadas da sociedade, visto que, o policial-militar é a base física e espiritual de todas as realizações da Instituição.

A pesquisa só analisou superficialmente, cento e cinquenta e oito pessoas, o que não corresponde e nem dá a real imagem do PM. No entanto, por se tratar de um trabalho técnico-profissional, procurou-se selecionar públicos da Capital e Interior, com a finalidade de propiciar o real objetivo a que se destina a pesquisa.

Apesar de ser notável a influência das perguntas fechadas, funcionando este item apenas como meio de repetir ou reforçar a resposta anterior considerada com prioridade.

A pergunta aberta é a oportunidade para fazer aparecerem as reivindicações específicas, referentes ao policial-militar e à Instituição, ou sugestões não previstas nas perguntas anteriores, esclarecendo o que os questionários deixaram obscuro ou confuso.

A reivindicação mais insistente dos entrevistados, é

que a polícia militar do Estado seja eficiente no que tange a PRECISÃO no atendimento da população.

Uma polícia melhor selecionada e treinada, o que revela uma preocupação com a grande formação do policial e inclui o tratamento educado com os moradores dos bairros, uma polícia bem paga, para assistir melhor as tentativas de subornos ou o próprio envolvimento no crime, como frisa o Sr. CARLOS ALBERTO DA FONTE NOGUEIRA - Diretor da ESUCH, da cidade de RIO VERDE de Goiás.

Em outras perguntas, referencia a experiência pessoal freqüente e, mesmo quando a referência não é feita, o modo de responder e sugerir revela a sua fonte, qual seja a observação do comportamento do policial na rua ou uma vivência negativa do próprio entrevistado.

A existência de denúncias pessoais nos fazer crer que a população conta com uma fonte de experiências negativas para formar a imagem do policial.

Os trabalhadores pobres, em entrevistas informais, querem um policial-militar educado que, nem prenda, nem bata num cidadão! só porque este não tem documento de trabalho, que não abuse de sua autoridade, humilhando e agredindo pessoas honestas. O que este segmento da sociedade, segundo suas próprias palavras parece querer é um policial treinado no combate ao criminoso, que o prenda durante suas ações criminosas ou descubra seus esconderijos, mas não mais um policial especializado em desconfiar dos pobres submetendo-o a humilhações.

Os entrevistados foram unânimes, em afirmar que apreciam o policiamento nas ruas, dando maior evidência ao policiamento de trânsito. Afora um percentual pequeno que quer ver as Forças Armadas na rua ou o aumento por si do contingente policial.

Esta reivindicação é vista porque existe mais policias nos quartéis do que nas ruas. Querem polícia na rua para efetuar rondas nos quarteirões, nos locais mais assaltados, nas ruas mais desertas etc. A idéia é a de que o lugar do policial é na rua e não no quartel, ou pelo menos de que a proporção entre o número dos que estão na rua e no quartel deve se alterar, se

ainda que o contingente policial deve ser melhor distribuído pelos locais mais necessitados.

As relações entre a polícia e a comunidade tiveram uma função importante na reformulação e na transformação do trabalho da polícia. Maior integração entre a polícia e o morador, é um meio para muitos de acabar com os vícios da ação atual da polícia e de incentivar a população a facilitar e ajudar os trabalhos daquela. Proposta simples como a volta do Cosme e Damião ou do policial rondante de quarteirão, são apontados como suficientes para realizar esta integração.

O pequeno número de questionários lidos não permite complementar o panorama dos problemas de segurança da sociedade Goianiense com cuidado que isso exige.

De qualquer forma, é importante frisar a importância desta pesquisa como o registro e um momento importante na história deste Estado para a PMGO. Um trabalho que não deve acabar.

Haja vista que, mesmo constando no PLANO GERAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS, quando item 6. "MEDIDAS DOS RESULTADOS= diz: quando as pesquisas se revestirem de caráter global, serão coordenadas pela PM/5. No entanto, este trabalho técnico não obteve esta coordenação por outros motivos.

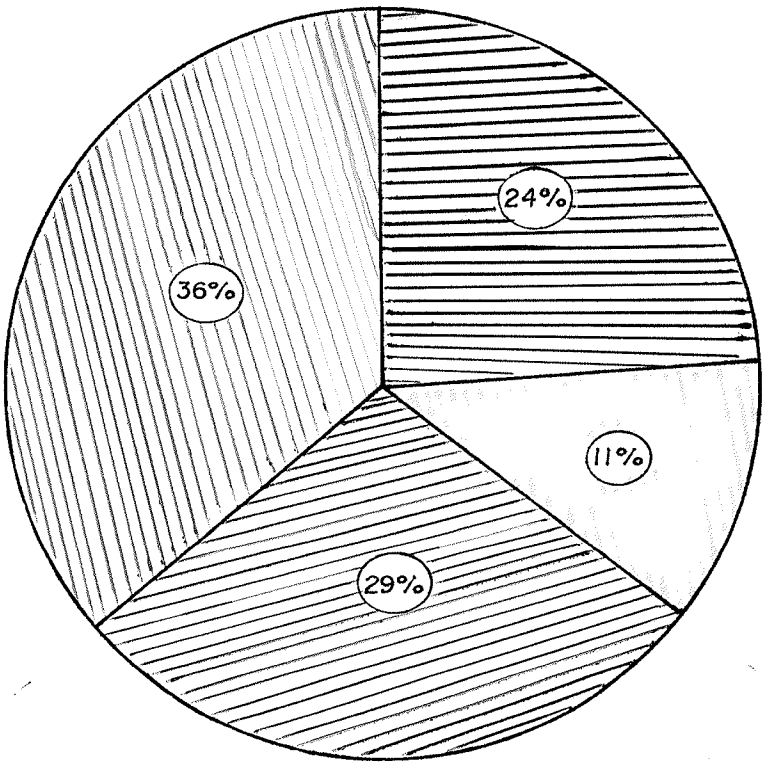
Para tanto, a fim de melhor instruir o trabalho monográfico (POLÍCIA MILITAR DE GOIÁS NO CONTEXTO SOCIAL - SUA IMAGEM PERANTE A OPINIÃO PÚBLICA) foi passado um questionário ao Sr.Cel. Pm chefe da PM/5, em anexo.

PESQUISA DE OPINIÃO

01 - O policial militar, quando chamado para atender alguém que esteja precisando, ele age:

- () Grosseiramente
- () Violento
- () Mal educado
- () Preciso e educado

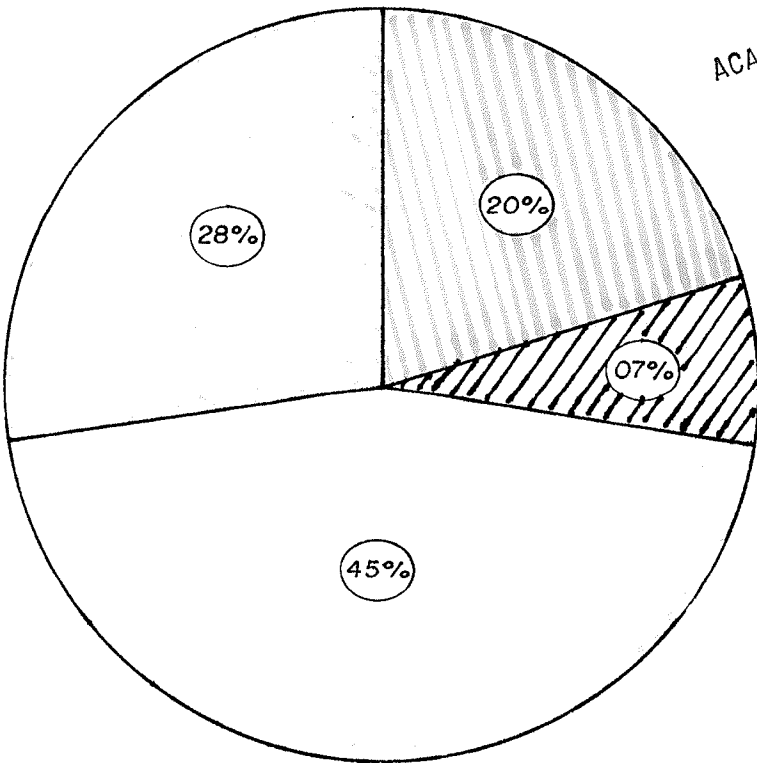
Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	38	24	86
2a.	18	11	41
3a.	46	29	101
4a.	56	36	128



02 - O soldado de Polícia Militar exerce a sua profissão?

- () Bem
- () Muito bem
- () Regular
- () A contento

Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	32	20	73
2a.	11	07	25
3a.	71	45	162
4a.	44	28	100

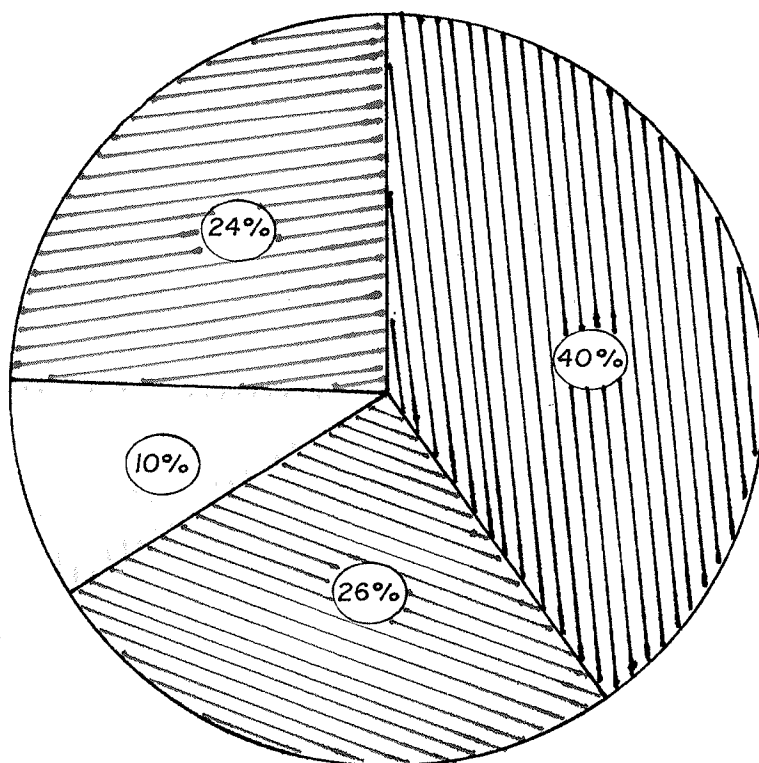


Estado de Goiás
ACADEMIA DE POLÍCIA MILITAR
BIBLIOTECA

03 - A televisão noticia maus tratos de alguns policiais militares, junto a pessoas. De quem é a responsabilidade?

- () Da própria pessoa que não sabe se comportar
- () Da organização policial militar
- () Do policial militar
- () Da vítima e do PM

Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	63	40	144
2a.	41	26	93
3a.	15	10	34
4a.	39	24	89



04 - Ao notar a presença de policiais militares de serviço na rua, você sente:

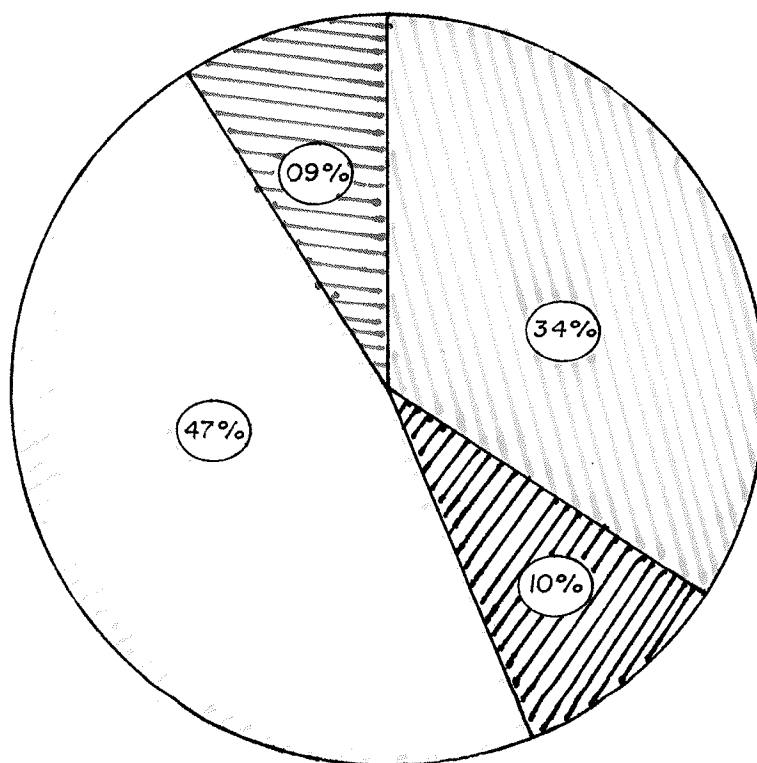
() Indiferença

() Medo

() Segurança

() Insegurança

Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	54	34	123
2a.	15	10	35
3a.	75	47	170
4a.	14	09	32

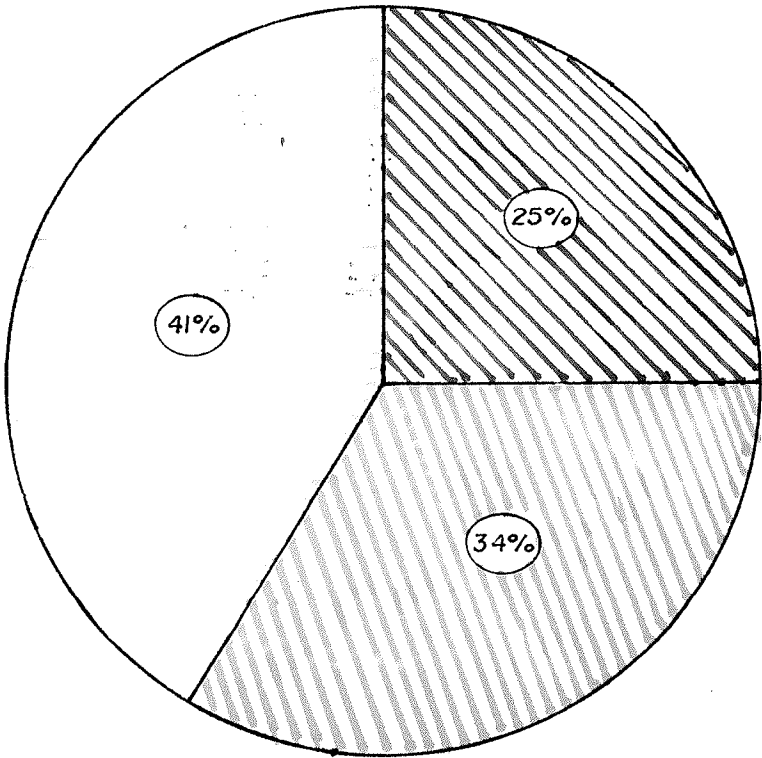


05 - Na sua opinião, como a sociedade vê a figura do policial militar?

- () Uma pessoa investida de autoridade, mas não inspira confiança pela forma que trata o público;
- () Uma pessoa que utiliza a sua condição de forma errada;
- () Um cidadão comum, que exerce a sua função com muito sacrifício de zelar pela segurança da comunidade;

Descreva a sua própria opinião.

Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	39	25	89
2a.	53	34	121
3a.	66	41	150



06 - O policial militar fardado impõe:

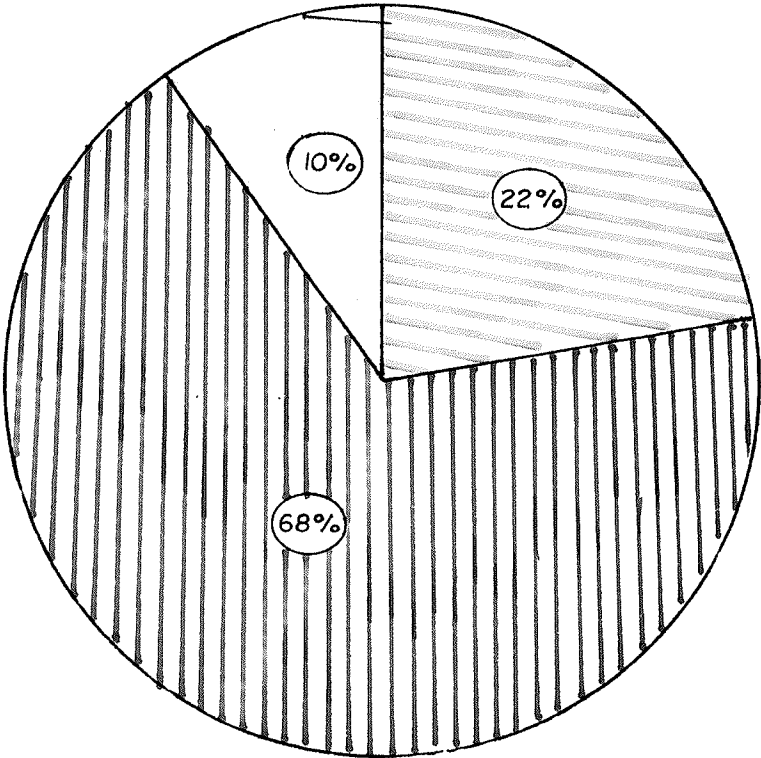
() Medo

() Respeito

() Autoridade

Dê outra opinião.

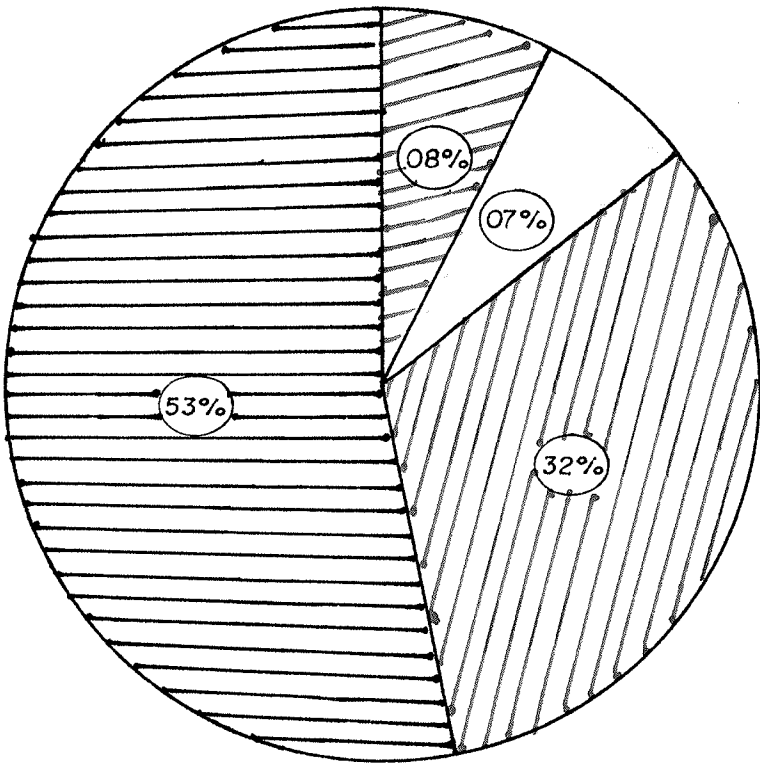
Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	35	22	80
2a.	107	68	244
3a.	16	10	36



07 - As pessoas de sua rua falam:

- () Bem do policial-militar;
- () Mal do policial-militar;
- () Não acreditam no seu trabalho;
- () Nem bem nem mal.

Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	12	08	27
2a.	11	07	25
3a.	51	32	116
4a.	84	53	192

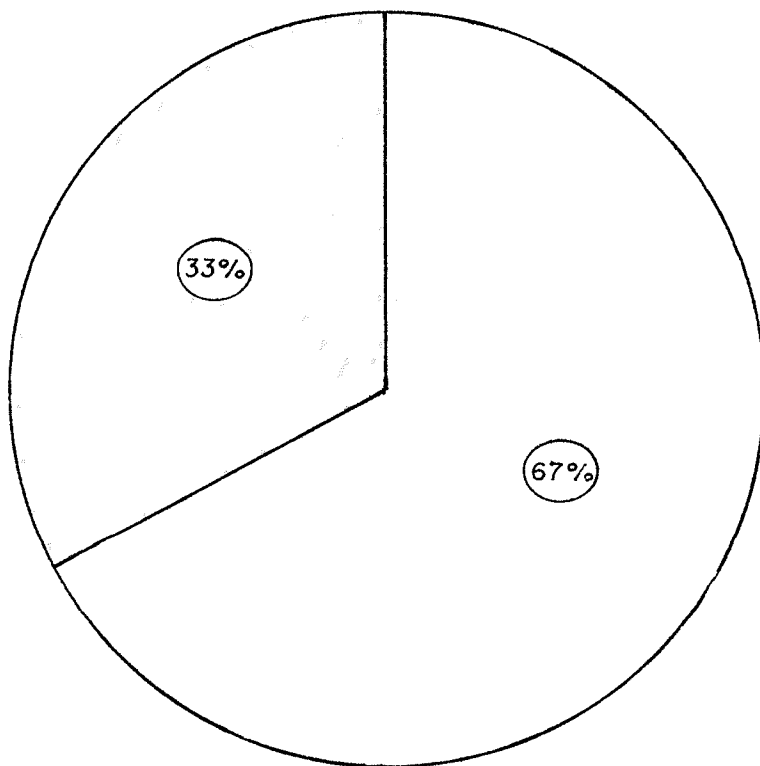


08 - O policial militar é aquele que policia as ruas?

() Sim

() Não

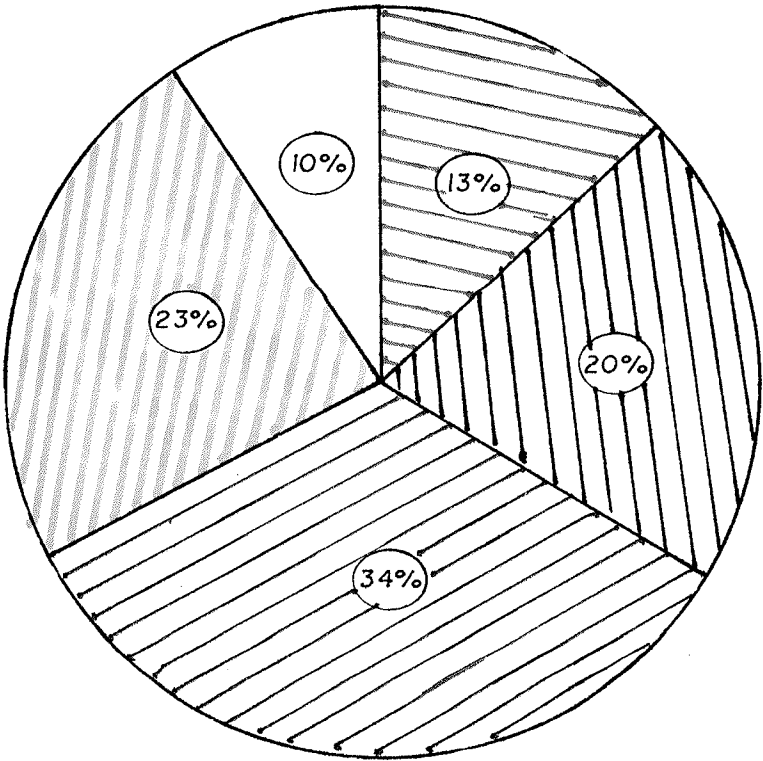
Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	106	67	242
2a.	52	33	118



09 - O que deveria ser ensinado ao policial-militar?

- () Defesa Pessoal
- () Boas Maneiras
- () Respeito aos direitos humanos
- () Não se corromper
- () Relações Públicas

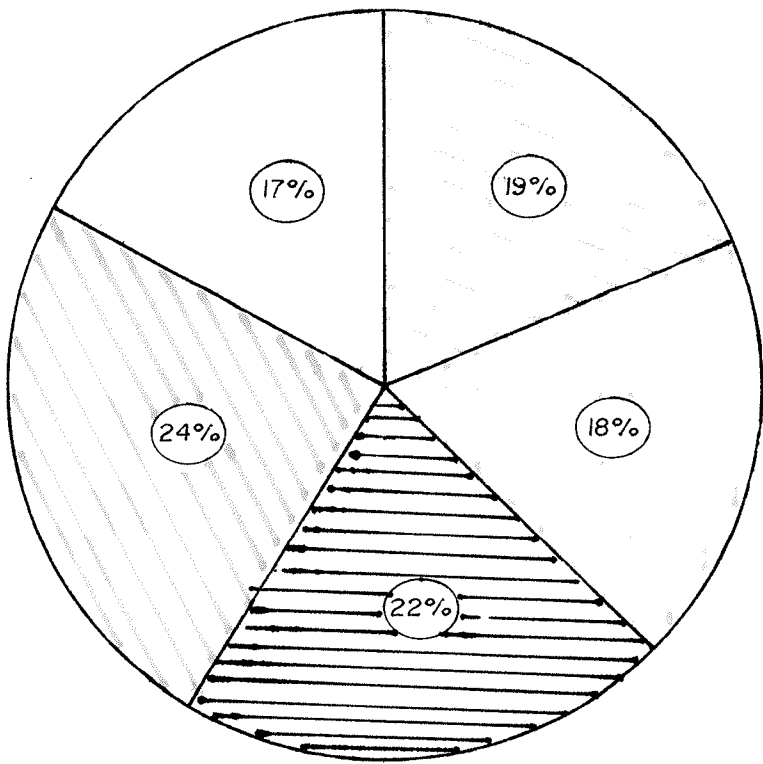
Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	21	13	48
2a.	32	20	73
3a.	53	34	121
4a.	37	23	84
5a.	15	10	34



10 - Que características buscaria no policial militar?

- () Calma
- () Coragem
- () Boas Maneiras
- () Honestidade
- () Força Física

Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	30	19	68
2a.	29	18	66
3a.	34	22	77
4a.	38	24	87
5a.	27	17	62

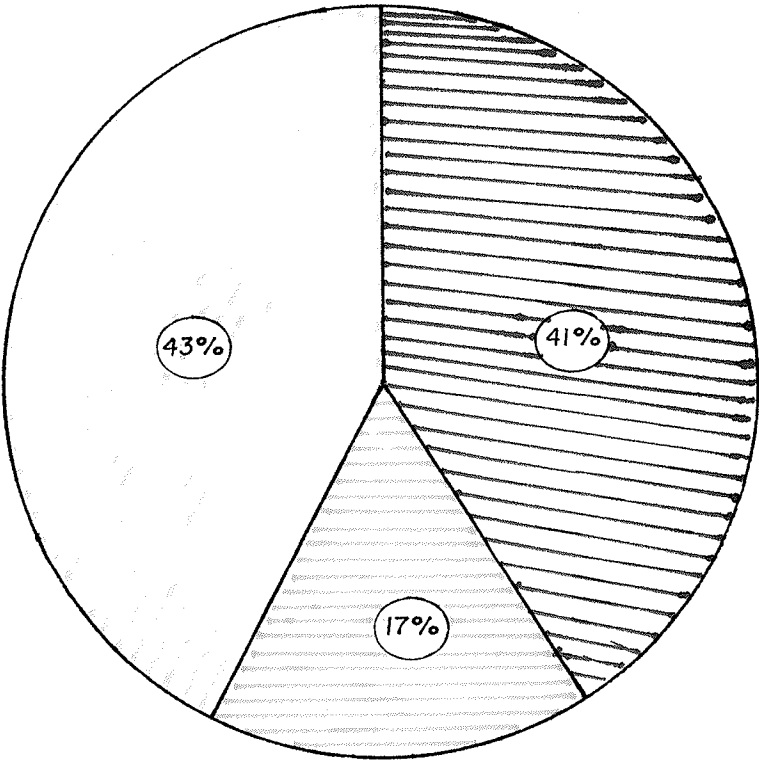


PESQUISA DE OPINIÃO

01 - A Polícia Militar tem se mostrado:

- () Mais humana
- () Mais desumana
- () Nem mais nem menos humana

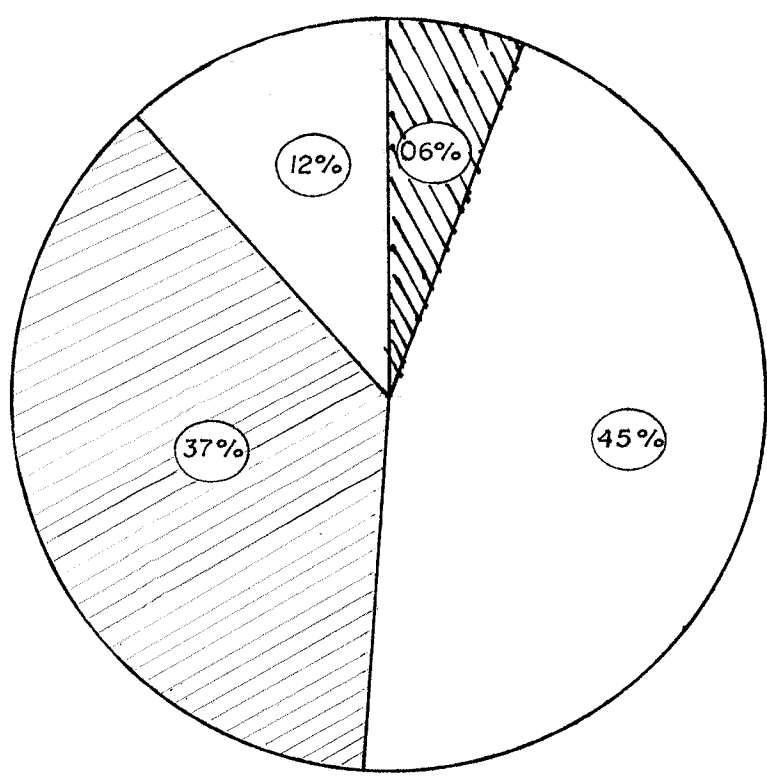
Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	65	41	148
2a.	26	17	59
3a.	67	43	153



02 - A Polícia Militar é:

- () Muito violenta
- () Violenta
- () Pouco violenta
- () Nada violenta

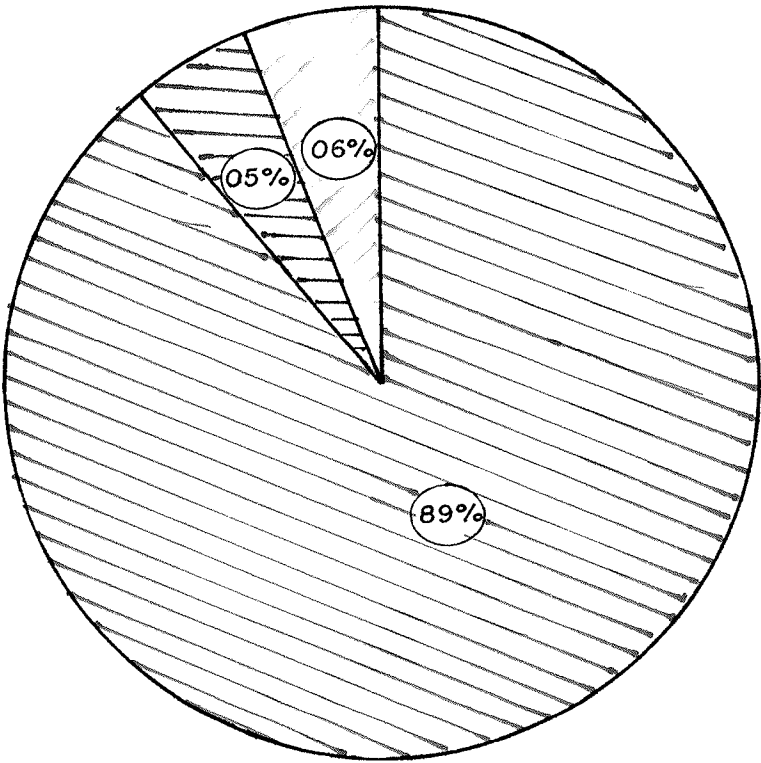
Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	09	06	21
2a.	71	45	162
3a.	59	37	134
4a.	19	12	43



03 - A Polícia Militar é composta:

- () Só de honestos
- () Maioria de honestos
- () Só desonestos
- () Corruptos

Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	0	0	0
2a.	141	89	321
3a.	08	05	18
4a.	09	06	21



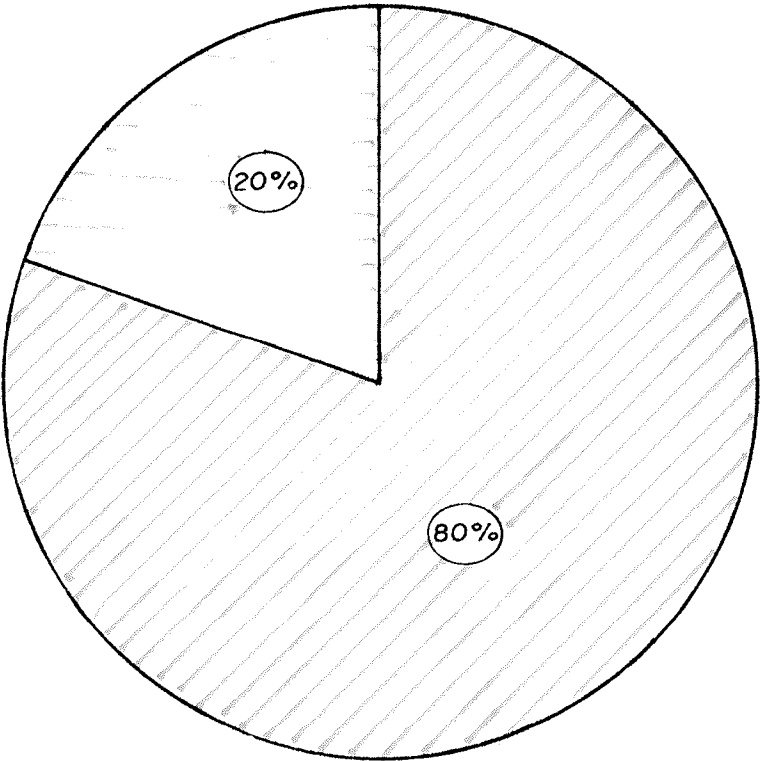
04 - Já presenciou alguma desonestidade praticada por PM?

() Sim

() Não

Em caso positivo, em que situação presenciou a desonestida_
de?

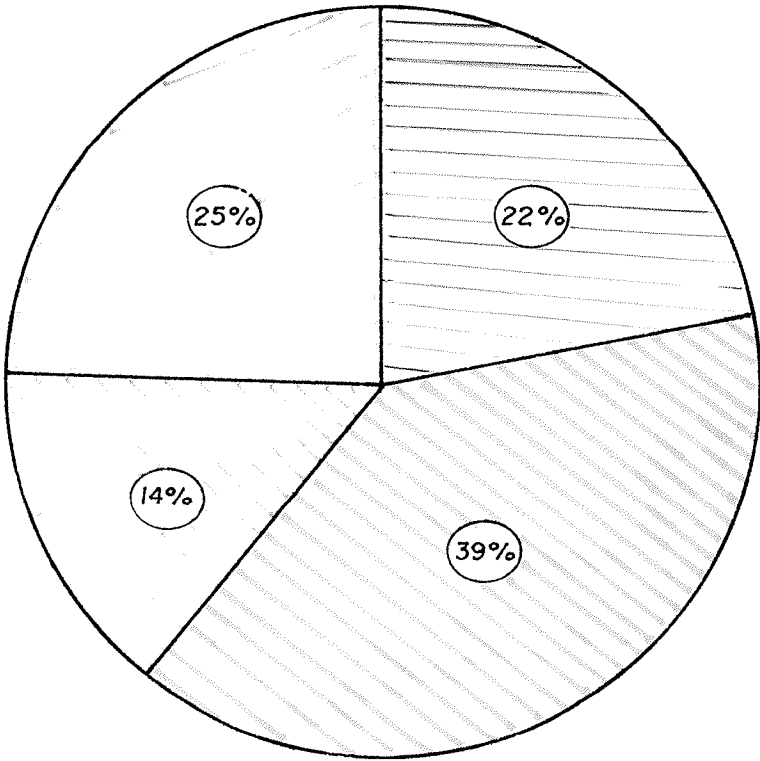
Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	31	20	71
2a.	127	80	289



05 - Dos serviços prestados pela polícia militar, na sua opinião qual o mais eficiente?

- () Patrulha motorizada
- () Trânsito
- () À pé e a cavalo
- () Polícia feminina

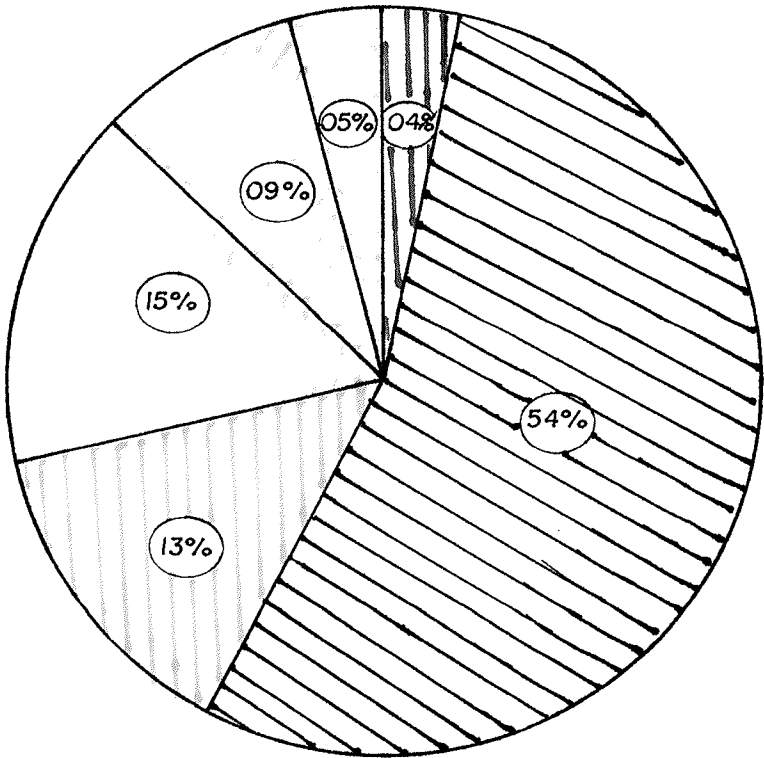
Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	35	22	80
2a.	61	39	140
3a.	23	14	52
4a.	39	25	88



06 - No seu ponto de vista, como você gostaria que fosse a Polícia Militar de sua cidade?

07 - Qual a nota que você daria à Polícia Militar?

Notas	Quantidade	%	Grau
3,0	05	04	12
5,0	86	54	196
6,0	22	13	50
7,0	25	15	57
8,0	14	09	32
9,0	06	05	13

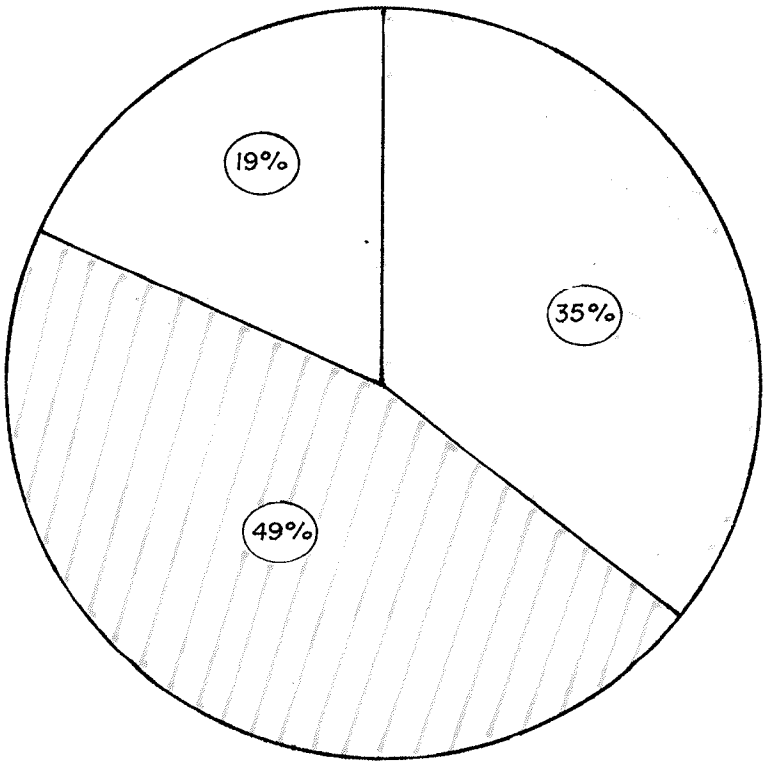


08 - Na sua opinião, a sua Polícia Militar está preparada para atender todas as pessoas que precisarem?

- () Sim
- () Não
- () Mais ou menos

Justifique sua resposta

Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	56	35	128
2a.	73	46	166
3a.	29	19	66



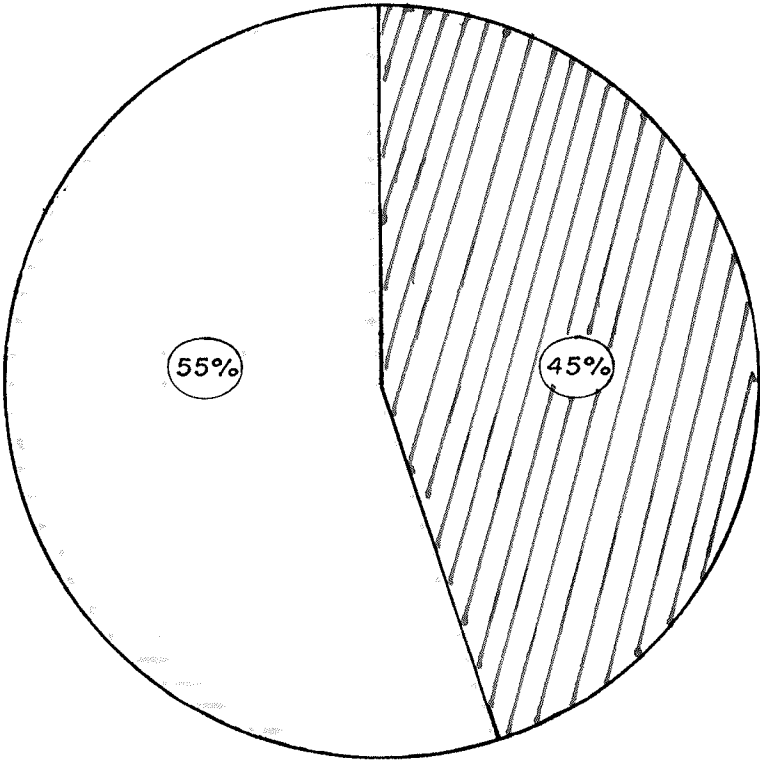
09 - Você confia na Polícia Militar de sua cidade?

() Sim

() Não

Justifique sua resposta.

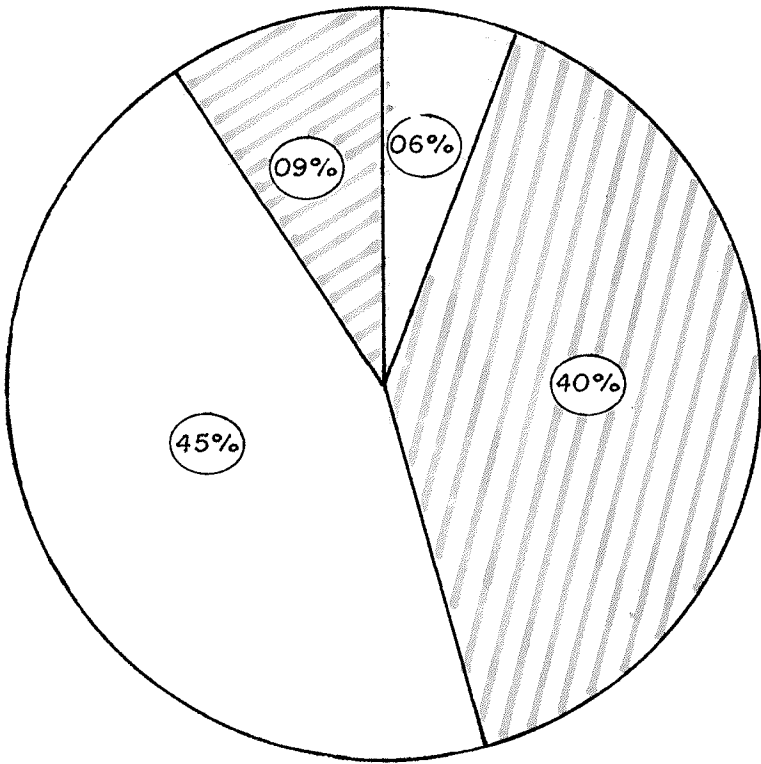
Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	71	45	161
2a.	87	55	199



10 - A Polícia Militar de Goiás está?;

- () Muito bem equipada
- () Bem equipada
- () Mal equipada
- () Muito mal equipada

Opção	Quantidade	%	Grau
1a.	09	06	21
2a.	63	40	143
3a.	71	45	162
4a.	15	09	34



A N E X O I I I

QUESTIONÁRIO - POLÍCIA MILITAR DE GOIÁS - 2ª PM/5

QUESTIONÁRIO

POLÍCIA MILITAR DE GOIÁS PM/5

01 - Dentro das diretrizes do plano de Relações Públicas da PMGO, qual o tipo de atividade que vem sendo posto em prática para o Público Interno da Corporação?

R.: Encontro de Casais
Encontro de Jovens
Competições Desportivas

02 - A 5a. Seção já fez alguma pesquisa de opinião junto ao público interno?

R.: Sim

03 - Qual o resultado obtido?

R.:	1º	2º	3º
Pergunta 1 -	Salário	Equipamento	Assist. Médica
Pergunta 2 -	Salário	Equipamento	Assist. Médica
Pergunta 3 -	Salário	Equipamento	Assist. Médica

04 - A 5a. Seção já fez alguma pesquisa de opinião junto ao público externo?

R.: Não

05 - Qual o resultado obtido?

06 - Qual o principal serviço operacional executado pela PMGO, aceito pela comunidade civil de Goiânia?

R.: Policiamento ostensivo nas ruas, trânsito etc.

07 - O que a 5a. Seção tem feito para manter em níveis positivos a boa relação no Quartel?

R.: Encontro de Casais
Reuniões Religiosas
Solenidades de Aniversários

08 - Como está sendo feito o relacionamento social entre Polícia Militar e Imprensa?

Estado de Goiás
ACADEMIA DE POLÍCIA MILITAR
BIBLIOTECA

R.: Convites-Coqueteis
Reuniões

09 - A Polícia Militar, nos relacionamentos com a imprensa, tem promovido e incentivado divulgação de notícias que engrandecem o serviço prestado pela corporação?

R.: Sim, diariamente através de telefonemas pelo COPOM

10 - O que a Polícia Militar de Goiás tem feito para manter uma imagem positiva junto a comunidade civil?

R.: Dando satisfação a todos os segmentos da sociedade quando solicitado.

A N E X O I V

PLANO DE RELAÇÕES PÚBLICAS DE POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE GOIÁS

PLANO DE RELAÇÕES PÚBLICAS DA POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE GOIÁS

1. Situação

a. Considerações

A Polícia Militar, pelas características próprias de sua missão, atua permanentemente sob as vistas da população. Responsável pela manutenção da ordem pública e da segurança do Estado, trabalha em benefício dessa população, promovendo a garantia dos direitos individuais do cidadão nesta função.

Para fazer cumprir a lei, é obrigada, em favor do bem-estar coletivo, a restringir determinadas ações e vontades dos indivíduos, levando à possibilidade da existência de um clima emocional que dificulte o relacionamento entre a Corporação e a população. De qualquer maneira não se pode compreender que uma coletividade não receba desta o apoio e a compreensão necessária para o cumprimento de suas tarefas de forma integrada com a sua comunidade.

Nos dias de hoje, em que se apregoa a valorização do homem, em que se defende o respeito aos direitos humanos, paradoxalmente se proliferam os ódios e os preconceitos habilmente manobrados dentro da sociedade. Por essa razão podemos compreender que no atual estágio da sociedade brasileira vemos, ao mesmo tempo, a defesa de valores e de direitos dos indivíduos e o ataque desenfreado contra homens e instituições.

A Polícia Militar é um alvo desses ataques, pois é inegável a existência, em todo o território nacional, de ações organizadas ou não, que procuram a desmoralização das Polícias Militares, frente às populações, criando um ambiente de descrédi-

to e insegurança. Essas ações influenciam decisivamente no comportamento da tropa, que pode, num mecanismo de defesa perfeitamente compreensível, tornar-se ríspida, até mesmo agressiva, pelo abatimento do moral.

Essas mesmas ações, ainda apoiadas em exemplos de exceção ou mesmo de falácias, tem ampla repercussão, exatamente porque o comportamento coletivo da sociedade de massa caracteriza-se por situações transitórias e por permanente inquietação geral, cujas saídas estão nas demonstrações emocionais da multidão, habilmente conduzida pelos manipuladores do comportamento coletivo, através dos veículos de Comunicação Social, que muitas vezes prestam-se a esse papel mesmo sem o perceber. O cuidado com as relações da tropa e os elementos da imprensa deve ser aumentado, para evitar explorações negativas de violência ou de contradições.

Levando em conta que o resultado final do que é divulgado é a opinião pública, será necessário a manutenção de medidas de minimização dos elementos negativos de informação pública, através do estudo e do uso das técnicas de contato entre Corporação, Imprensa e Público.

Só existe uma forma de manter o respeito público, que é o cumprimento perfeito das atribuições afetar à Corporação. Evidentemente não é possível adivinhar o momento e o local onde alguém pode errar, no entanto faz-se necessário especial atenção quanto ao policiamento e a fiscalização geral do cumprimento da missão policial.

A criação de instrumentos de manutenção do moral e do espírito de equipe é imprescindível para a obtenção dos comportamentos desejados durante o cumprimento dos serviços policiais-militares.

b. Fatores Positivos

- 1 - Tropa bem preparada;
- 2 - O apoio das Forças Armadas;
- 3 - Existência da mentalidade comunitária de que a Polícia Militar tem por missão proteger e garantir os direitos dos

cidadãos e existe em função da existência da sociedade.

4 - O tratamento com o público através de ações caracterizadas pela serenidade, firmeza e cortesia;

5 - Divulgação eficiente dos serviços prestados pela Corporação;

6 - Colaboração obtida com a imprensa;

7 - O apoio das Organizações, Clubes, e Associações Comunitárias;

8 - A atividade de assistência social interna;

c. Fatores Negativos

1 - Despreparo da tropa e mau cumprimento da missão;

2 - A existência de dicotomia "militares e paisanos" levando a tropa a tratar os civis, como "inimigos", indiscriminadamente, no cumprimento de suas missões;

3 - O uso dos veículos de comunicações, por terceiro, como instrumento de descrédito e desmoralização da Polícia Militar.

2. Missão

Realizar e orientar as atividades de Relações Públicas de maneira a abranger os públicos interno e externo, obtendo da tropa um elevado espírito de equipe, e da população, respeito e confiança.

3. Execução

a. Conceito da Operação

A Polícia Militar, considerando o princípio público prioritário, desenvolverá, através de seu plano, atividades de Relações Públicas, visando:

1 - Público Interno:

a - Manter os integrantes da Polícia Militar devidamente informados e esclarecidos sobre as realizações da Corporação Policial Militar, seja no campo de execução de sua atividade - fim, seja quanto aos projetos realizados em benefícios de sua expansão e modernização, seja, ainda no que se refere à sua participação na vida da comunidade.

b - Concorrer para a obtenção e manutenção de um sadio espírito de corpo, estimulando nos integrantes da Corporação Policial Militar o orgulho de pertencer à sua OPM, em particular, e à Instituição em geral.

c - Estimular em todos os integrantes da Corporação Policial a máxima correção de atitudes em público, a impecável apresentação individual e coletiva, a postura e a correção de uniformes.

d - Desenvolver no Policial Militar um interesse permanente por seu aperfeiçoamento profissional.

e - Incentivar o culto aos grandes vultos e difundir os principais eventos de nossa História, dando especial ênfase, quanto aos primeiros, àqueles mais ligados à formação profissional do Policial Militar e, quanto aos segundos, àqueles em que a Comunidade do Estado (ou Município) teve participação ativa.

f - Manter a edição do jornal interno "O ANHANGUERA", estabelecendo melhor controle na distribuição do mesmo, pois que é um dos meios de permanente informação para esse tipo de público.

g - Estabelecer critérios e procedimentos para a premiação de Cabos e Soldados que atuam na atividade-fim da Corporação.

h - Organizar e manter uma sala de atendimento aos inativos da Corporação, visando recepcioná-los, orientá-los e acompanhá-los nas suas solicitações ao Comando Geral.

2. Público Externo

a - Desenvolver uma compreensão exata do relevante papel desempenhados pela Polícia Militar no amplo quadro da manutenção da ordem pública a cargo do Estado, visando obter a so

lidariedade e o apoio da comunidade do Estado e dos Municípios.

b - Concorrer para a perfeita integração entre Policial Militar e Comunidade, aí incluídos todos os setores de atividades, quer civis, quer militares.

c - Fortalecer o prestígio da Polícia Militar e obter o reconhecimento e a confiança do público externo.

d - Destacar, sempre que possível, a participação da Polícia Militar na vida comunitária.

e - Estimular e orientar o surgimento de vocações ou interesse pela carreira policial militar.

3. Públicos Internos e Externo

a - Cooperar no esclarecimento de diferentes públicos , evitando-se que notícias ou comentários possam induzí-los a uma falsa imagem da Corporação.

b - Ampliar, cada vez mais, o conagraamento entre os dois públicos.

b. Pm/5

- Elaborar programas de Relações Públicas para atender' os eventos de caráter geral da Corporação.

- Receber das diferentes Seções do EM e fornecer aos' meios de comunicação social, o material elaborado para divulgação.

- Manter ligação com os representantes dos diferentes ' meios de comunicação social.

- Credenciar os representantes dos Órgãos de Comunicação Social.

- Supervisionar as atividades de Relações Públicas para informar sobre o seu desenvolvimento e sobre os resultados alcançados.

c. Seções do Estado Maior

- Encaminhar o material elaborado para ser divulgado pelos diferentes meios de comunicação social.

d. OPM

- Conduzir as atividades de Relações Públicas nas áreas de sua jurisdição.

e. Prescrições Diversas

- Especial atenção dever ser dada à conduta do Policial Militar que constitui uma das mais importantes ações setoriais da atividade de Relações Públicas.

- A participação ativa da comunidade nas comemorações dos eventos a cargo da Corporação deve constituir preocupação permanente de todos.

- Os instrumentos de comunicação devem ser selecionados de acordo com o público a que se destinam. Assim, devem ser apropriados à sua linguagem, à sua capacidade perceptiva e ao seu meio ambiente.

- Os brindes e presentes são acessórios que procuram agradecer ou fazer-se lembrar, mantendo viva a imagem da Corporação.

- O planejamento de Relações Públicas deve estar calçado em uma pesquisa de opinião, que será realizada de acordo com as possibilidades de cada OPM.

- O Plano de Relações Públicas deve ser dinâmico, revisado e alterado em face dos resultados obtidos na busca constante de informações e da consequente avaliação periódica.

- As promoções nas escolas ou para alunos devem ser precedidas dos indispensáveis contratos com os elementos responsáveis da rede escolar.

- O detalhamento dos projetos de Relações Públicas em nível de execução, cabe aos Comandantes subordinados.

- Os integrantes do Sistema de autonomia para planejar, orientar e controlar outras ações dirigidas a seus públicos es pecíficos, desde que tais ações não colidam com as diretrizes ' constantes do presente plano.

- As OPMs deverão encaminhar à PM/5, mensalmente, relatório das atividades de Relações Públicas.

- As OPMs deverão fazer Planos de Relações Públicas anu ais, com base neste e ençaminhá-los à PM/5.

4. Instrumentos a Empregar

a. Pesquisa de Opinião

b. Contatos Pessoais

- 1 - Visitas domiciliares
- 2 - Chamadas telefônicas
- 3 - Correspondência particular
- 4 - Cartas circulares
- 5 - Mensagens especiais
- 6 - Colaboração com entidades
- 7 - Participação dos integrantes da Corporação

c. Fontes de Informações

- 1 - Públicos
- 2 - Órgão de Imprensa
- 3 - Publicações Governamentais e particulares
- 4 - Livros de referência e bibliográficos
- 5 - Fichários diversos

d. Acontecimentos

- 1 - Campanhas especiais
- 2 - Eventos especiais

Estado de Goiás
ACADEMIA DE POLÍCIA MILITAR
BIBLIOTECA

- a - Operação "Araguais"
- b - Operação "Volta à Escola"
- c - Semana "Tiradentes"
- d - Semana do Trânsito
- e - Festa de Trindade
- f - Semana da Criança
- g - Exposição Agropecuária
- h - Festa de Pirenópolis
- i - Operação "Papai Noel"
- 3 - Solenidades Cívicas
 - a - Paradas Militares
 - b - Distribuição de recompensas e de prêmios
 - c - Passagem para reserva
 - d - Aniversários
 - e - Inaugurações
 - f - Celebrações
 - g - Entrega de diplomas
- 4 - Recepções Sociais
 - a - Protocolares
 - b - Almoço de Confraternização
 - c - Jantares de Confraternização
- 5 - Festejos Populares
 - a - Competições
 - b - Visitas a Quartéis
 - c - Concursos
 - d - Exibições, demonstrações e exposições

e. Imprensa

- 1 - Jornal, rádio e televisão
 - a - Entrevista coletiva, à imprensa
-

- b - Comunicado à imprensa
- c - Artigos solicitados pela imprensa
- d - Reportagens cedidas à imprensa
- e - Documentação fotográfica
- 2 - Propaganda paga
 - a - Texto
 - b - Desenho
 - c - Anúncio
 - d - Filmes
 - e - Áudio-visuais

f. Publicações - Cartas - Mensagens - Relatórios

- 1 - Notícias da Polícia Militar
- 2 - Boletins
- 3 - Folhetos
- 4 - Informativos especiais
- 5 - Cartazes de publicidade
- 6 - Quadros informativos

g. Programa para o Público Interno

- 1 - Competições
- 2 - Premiação de destaque operacional
- 3 - Festejos natalinos

h. Programa para o Público Externo

- 1 - Retretas da Banda de Música
- 2 - Apresentações do Conjunto Musical PM-Show
- 3 - Campanha de Inclusão
- 4 - Cessão de Instalações esportivas
- 5 - Palestras

5. Recursos Administrativos

Conforme dotação orçamentária

6. Medida dos Resultados

As pesquisas devem ser realizadas visando:

- Verificar os resultados alcançados com o desencadeamento das ações planejadas;
- Obter informações e dados necessários ao planejamento de outras atividades;
- Dar preferência à realização de pesquisa indireta, por ser mais econômico e não exigir equipe especializada.

Quando as pesquisas se revestirem de caráter global, serão coordenadas pela PM/5.

O Anhanguera. Goiânia, Dezembro de 1991.