

POLÍCIA MILITAR
ACADEMIA DE POLÍCIA MILITAR
DIVISÃO DE ENSINO

RELAÇÕES PÚBLICAS NA POLÍCIA MILITAR

Oficial - Aluno: Luiz Gonzaga da Silva

MONOGRAFIA CAO - 88

Goiânia, Go Julho de 1988

LUIZ GONZAGA DA SILVA

RELAÇÕES PÚBLICAS NA POLÍCIA MILITAR

ESTA MONOGRAFIA FAZ PARTE DO TRABALHO DE ME
TODOLOGIA CIENTÍFICA - CURSO DE APERFEIÇO-
AMENTO DE OFICIAIS - CAO.

GOIÂNIA - 1988

AGRADECIMENTOS

Ao nosso querido Deus que na sua bondade e misericórdia, nos permitiu que desenvolvêssemos este trabalho de metodologia Científica que contou com a ajuda de uma gama de professores e, em especial do mestre Lorismário Ernesto Simonassi, da cadeira de Metodologia Científica, que nos orientou com todo esmero para que o CAO/88 atingisse o seu objetivo.

A minha esposa SIMONE e a minha filha VIVIANE, que no aconchego do lar deram-me o apoio necessário para a realização desse mister.

Ao Senhor Maj PM Henrique Souza Lima, Chefe da 5ª Seção do Estado Maior, na qualidade de orientador deste Oficial Aluno CAO, dedicou especial atenção para que o objetivo fosse alcançado.

ÍNDICE

1.	Resumo.....	03
2.	Introdução.....	04
3.	Desenvolvimento.....	07
3.1	Exame de Situação.....	07
3.2	Formulação de Alternativas.....	08
3.3	Fundamentos Operacionais.....	08
3.4	Objetivos Remotos.....	10
3.5	Objetivos Intermediários.....	10
3.6	Objetivos Imediatos.....	11
4.	Conclusão.....	13
5.	Plano de Assuntos Cíveis.....	16
5.1	Metas e estratégias do plano.....	16
5.2	Princípios Gerais.....	17
5.3	Fatores Positivos e Negativos.....	17
5.4	Descrição Sumária dos Projetos.....	18
5.5	Relações Públicas - Projeto II.....	18
5.6	Ação Comunitária.....	18
6.	Missão.....	19
6.1	Público Interno.....	19
6.2	Público Externo.....	19
6.3	Ação Comunitária.....	20
7.	Execução.....	20
7.1	Ações junto ao Público Interno.....	20
7.2	Ações junto ao Público Externo.....	23
7.3	Divulgação.....	24
7.4	Ação Comunitária.....	25
7.5	Contribuições para Campanhas Meritórias.....	26
7.6	Ações junto às Entidades Religiosas.....	26
7.7	Outras atribuições das OPM.....	27
8.	Prescrições Diversas.....	29
9.	Anexos.....	30
9.1	Calendário de Planejamento.....	32
9.2	Calendário de Eventos.....	44
9.3	Calendário Anual de Atividades Promocionais.....	48
9.4	Modelos de Questionários para os públicos.....	54
9.5	Lista de Verificação para reunião.....	65
9.6	Normas para o relacionamento com a Imprensa.....	68
9.7	Diretrizes para atendimento Telefônico na PM.....	78
9.8	Fundamentos para o Planej e Organização de Eventos.....	85
9.9	Organograma da PM/5.....	94
10.	Bibliografia.....	95

RESUMO

O presente trabalho visa ressaltar o público interno e a sua influência no contexto da Corporação, sua relevância em relação ao público externo e a importância que se deve dar ao mesmo como mola mestra no desenvolvimento das atividades fins da Polícia Militar. É preciso que a Instituição motive o seu público interno, porque suas atitudes irão refletir diretamente no contato permanente de suas atividades policiais junto à população, dessa forma as atitudes tomadas deverão ser as melhores possíveis para maior compreensão do público com a Corporação. Ele necessita de muito apoio moral e material para desenvolver suas potencialidades. A maneira de mudar o comportamento do público interno deve ser buscada através de um plano de relações públicas que atenda toda a Polícia Militar.

O público interno é constituído pelos elementos da ativa, da reserva, reformados, funcionários civis e familiares dos primeiros. Tecnicamente, em termos de relações públicas, o público interno deve ser considerado o público número 1 da Corporação Policial Militar. É a essência da Instituição, sua corporificação perante a comunidade, a base física e espiritual de todas as realizações. Uma das coisas mais dispendiosa na área de relações públicas, é o prestígio externo que se deve conquistar, porém sem esquecer ou negligenciar o seu público interno e sua família.

Diversos processos podem ser usados para adquirir a confiança e a compreensão do público interno, porém o mais importante é o querer ouvir e saber ouvir os problemas do mesmo. A Corporação não pode esquecer por outro lado a constante necessidade do aperfeiçoamento profissional do homem a fim de que possa desempenhar bem a sua missão, bem como manter um relacionamento com o público externo. Para isso, o Policial Militar deve estar bem orientado com referência ao público de um modo geral e primordialmente com a imprensa e outros públicos influentes. O PM presta um serviço para a sociedade cada vez mais exigente, atual e permanente. Essa atualização é objeto de pressão natural do progresso, que a cada dia exige mais de todos nós. Forçados por essa imposição a Corporação se sente na contingência de correr paralelamente e mesmo na frente, se antecipando aos acontecimentos para evitar surpresas desagradáveis, perante a opinião pública. O homem procura oferecer alguma coisa de si pela profissão que abraçou, todavia inúmeros fatores contrários à sua vontade não permitem. É preciso que o policial seja motivado para que continue trabalhando harmonicamente para o progresso da Instituição e o seu próprio sucesso.

INTRODUÇÃO

O nosso trabalho tem por finalidade apresentar ao Comando Geral da Polícia Militar, algumas sugestões, ainda que modestas' no sentido de tentar [amenizar a grande carga negativa da população' e da imprensa sobre a nossa Organização], pois, dada a situação de insegurança das grandes cidades, a primeira idéia que se tem é de que a culpa de tudo que acontece é da Polícia, esquecendo-se de analisar os fatos e acontecimentos de maneira mais profunda para encontrar as verdadeiras causas do problema. Evidentemente que esse trabalho não tem "a priori" a finalidade de levantar as causas da criminalidade e sim, a aplicação de um plano de Assuntos Cíveis aos públicos interno e externo. Visa o projeto em tela, numa linguagem' clara e concisa [proporcionar à Polícia Militar, linhas básicas, capazes de contribuir decisivamente para a melhoria da imagem do policial militar, que de certa forma fará com que a Polícia Militar alcance seus objetivos colimados. Com suas responsabilidades delineadas no campo da segurança pública e segurança nacional, vem a Corporação amoldando-se nas deficiências naturais e nos problemas inerentes à sua existência orgânica, no afã de melhor cumprir o seu papel constitucional.

As mudanças sociais advindas das mudanças político-econômicas no manifestar de seus reflexos, gera as mais variadas formas de atitudes e comportamentos na sociedade, que no conglomerado' das comunidades se unem com novas idéias e buscam ou melhor, exigem a solução de uma gama de dificuldades sociais. A Polícia Militar a par dessa verificável situação não pode ser um instrumento dessas exigências, evitando dependência ou comprometimentos a possíveis articulações ideológicas, de movimentos antagônicos, que visam a sua desmoralização para a obtenção de seus objetivos específicos. Todavia, deve a PM atender as exigências manifestadas no reclame popular de segurança pública, não como resposta às imposições das situações que se apresentam, mas antecipando-se a esses anseios e estruturando-se administrativamente, doutrinariamente e operacionalmente. Uma Instituição como a Polícia Militar do Estado de Goiás, cujo produto atinge a preços incalculáveis, tem que utilizar-se de um custo mínimo necessário para o aprimoramento desse seu precioso produto. O custo mínimo, está na doutrina de Assuntos Cíveis, induzindo a Corporação como um todo, através de seus integrantes, juntarem esforços em torno do Comando Geral, para uma unidade de pensamento e ação. Por outro lado é preciso angariar a simpatia do público interno e externo. Todo planejamento de Assuntos Cíveis deve ter por obje

tivo o reconhecimento do valor da função social da Polícia Militar. [A integração] é o estágio máximo dos campos de atividades de Relações Públicas, em que, na busca da participação e ajustamento se procura alcançar harmonia e cooperação. A integração exige inteiração e a inteiração requer bilateralidade. A Instituição vai em auxílio da comunidade na medida de suas possibilidades, correspondendo aos anseios desta, mesmo naquilo que não é sua específica obrigação. A comunidade auxilia a Instituição identificando objetivos comuns e participando ativamente dos problemas da Corporação, tomando os e promovendo soluções.

O mundo moderno, pela sua complexidade comunitária, política e econômica produziu uma rigidez de montagem que tornou o homem impermeável e individualista. O homem perdeu o conceito de si mesmo e de sua finalidade, terminando como vítima de suas próprias criações tecnológicas, envolto pela racionalidade do sistema. É preciso que a Polícia seja da estrita confiança. Temos que ter certeza que o seu comportamento, seja impecável e sem censura no combate ao crime.

Nesse particular, surgem os nossos aliados, os órgãos de informação de massa - a imprensa. Os Órgãos de informação perante as relações públicas têm um conceito híbrido: significam ao mesmo tempo, um público e um instrumento. Público é um grupo de pessoas. Instrumento é um agente que serve de meio para determinado fim. Daí a hibridez do conceito, pois os órgãos de informação - as pessoas que exercem suas atividades profissionais nesses órgãos, constituem um público e são um poderoso instrumento de trabalho para as relações públicas.

Nem só os jornalistas, os radialistas e os homens de televisão formam o nosso público. Ele congrega toda uma plêiade de publicitários, de escritores, de intelectuais e de artistas, cuja enumeração minuciosa é quase que totalmente impossível. A rigor portanto, qualquer pessoa que se dedique a uma atividade num órgão de informação é parte de um público até o qual as relações públicas têm de abrir amplos canais de comunicação. Esse empenho justifica-se pela influência que essas pessoas exercem na formação das opiniões de praticamente todos os outros públicos que, do seu conjunto, constituem a opinião pública. Sabemos que uma opinião é a resultante de uma soma de informações. Os homens que coletam e distribuem / essas informações contribuem decisivamente, não só para a formação das opiniões, mas até mesmo para aquelas imagens de nossas cabeças, de onde nascem as nossas convicções e as nossas atitudes. São homens dos quais vai depender "em força" a imagem favorável da Organização Policial Militar que os responsáveis pelas relações públicas têm a

obrigação de promover. Para tratar com esse público, os responsáveis pelas RP precisam compreender que "ele" vive da informação que obtém. É o seu oxigênio. Sem essa informação, ele literalmente não tem condições de vida. Levar, pois, a informação ao jornalista é proporcionar-lhe o seu sustento. Assim como a boa alimentação mantém o organismo, a informação, de qualidade sustenta entre a instituição e os órgãos de informação. Por informação de qualidade queremos expressar aquela que é uma consequência natural de um trabalho bem orientado por uma técnica eficiente de relações públicas. O acesso às informações deve estar sempre aberto para os jornalistas e todos aqueles que têm a profissão de difundir notícias. Há um mundo de acontecimentos que têm lugar dentro da organização, ou que resultam diretamente das atividades da mesma, que tem interesse público. Esses acontecimentos constituem as notícias que os órgãos de informação tem a obrigação de divulgar. Essas notícias não podem ser consideradas "segredos de Estado", pela simples razão de que - nunca é demais repetir - mais cedo ou mais tarde todas as organizações policiais militares / têm contas a prestar à opinião pública". Os fluxos de informações para os órgãos de comunicação social deve ser contínuo e permanente. Informações intermitentes abrem "zonas de claro-escuro", por onde penetram insidiosamente os boatos, as falsidades, as distorções.

Relações amistosas da Corporação com a imprensa determinarão, um nivelamento de uma opinião pública favorável, concorrendo para a perfeita integração entre a PM e a comunidade. A circulação de notícias positivas poderá influenciar positivamente sobre todos os públicos da instituição. Induzindo, principalmente, o externo a considerá-la imprescindível à vida da comunidade, e assim facilitar a aceitação e o reconhecimento dos serviços a ela prestados. É importante que se estimule um relacionamento de alto nível entre o escalão superior e as lideranças do jornalismo. A Polícia Militar não pode deixar passar a oportunidade em que estamos com um magnífico relacionamento com os meios de comunicação de massa.

DESENVOLVIMENTO

1. Exame de situação

O exame de situação é a fase mais importante de um planejamento. Dele depende a eficácia do planejamento, pois é exatamente no exame de situação que o planejador irá constatar a situação existente, os problemas, suas causas e os fatores mais importantes - internos e externos que estão influenciando o desenvolvimento da organização. É através do exame de situação que se poderá constatar se o objetivo é inatacável, um dos princípios gerais de relações públicas. É exatamente através desse exame que se terá condições de conhecer a ambiência externa e portanto " inovar tecnologicamente e adaptar-se a um novo ambiente para sobrepor-se a obstáculos de diversas naturezas".

Na complexidade da estrutura organizacional situa-se o principal desafio gerencial e flexível à ambiência externa. Os preconceitos burocráticos implícitos na estrutura organizacional podem levar a Corporação a definir seus objetivos e sua missão social a partir de valores particulistas de subsistemas internos, tornando-se, assim, insensível às demandas e aos valores sociais externos. Pode-se inferir do argumento anterior que a natureza da ligação entre esses fatores, ou seja, a "capacidade da organização para perceber mudanças em valores ambientais desejáveis e transformá-los em objetivos organizacionais relevantes". É que determina o "sucesso" da empresa pública ou particular.

Segundo Paulo Roberto Motta, a eficiência, a eficácia e a efetividade requerem, nas grandes organizações, uma habilidade gerencial, para identificar na ambiência sócio-econômica, valores, recursos e oportunidades capazes de serem transformadas em objetivos sociais relevantes e com produtos de impacto ambiental. Requerem ainda a capacidade de diagnosticar e identificar quais as modificações na direção, na estrutura e no comportamento interno exigidos pelas constantes mudanças na ambiência externa.

Pelo resultado da pesquisa aplicada no público interno pode-se observar que a maioria do pessoal não está satisfeita com as condições de vida, principalmente no tocante aos vencimentos que percebem. Outro fator levantado pela pesquisa é que o público interno de uma maneira geral não dispõe dos meios necessários para a realização da missão constitucional, principalmente nos dias atuais.

O público externo, por sua vez, também necessita de um maior apoio e conhecimento do trabalho desenvolvido pela Polícia Militar, de maneira global e abrangente. Apesar do grande esforço desenvolvido pelo Comando Geral da Polícia Militar, com o apoio do Governo, porém com o aumento da população e as dificuldades econômicas por que passa o país, todo o empenho não é suficiente para ser sentido pela população em

geral. Um outro problema que afeta a Polícia Militar e a comunidade é a falta de atrativo do jovem para o serviço policial militar, dessa forma o efetivo não aumenta em proporção às necessidades reais da Corporação e da coletividade.

Da pesquisa conclui-se que há necessidade urgente de se estabelecer um padrão de vencimentos capaz de atrair o elemento civil para as fileiras da Corporação a fim de que possamos desempenhar nossa missão a contento. Aqui salientamos que não é apenas o salário que deve ser levado em consideração, temos que evidenciar outros componentes tais como: moradia, assistência médica, odontológica, religiosa, lazer, escalas condizentes e condições de crescimento dentro da própria organização. Que o policial sinta amor pela carreira que ele abraçou. No tocante ao público externo é preciso mais informações a // respeito da Polícia Militar, a fim de que seja desfeita a imagem negativa que ainda paira nas diversas camadas sociais.

2. Formulação de alternativas

Uma vez definido o objetivo e estabelecido o quadro geral da situação o posicionamento interno e externo, fatores condicionantes e, conseqüentemente, determinados o público e a área, chega-se à etapa da preparação de uma relação de possíveis soluções para o problema, ou seja, que medidas deverão ser tomadas para atingir o objetivo fixado. É preciso que as alternativas escolhidas estejam dentro do princípio do teste tríplice: que consiste em verificar a adequação, a praticabilidade e a aceitabilidade de cada uma das alternativas, é válida se for adequada, praticável e aceitável.

3. Fundamentos operacionais

Apesar de não constarem explicitamente dos textos legais // que definem o emprego da Polícia Militar, as atividades que devem ser conduzidas por esta Corporação, no amplo campo de atuação do Sistema de Assuntos Cíveis, podem ser inferidas de suas atribuições. Alguns // princípios básicos de emprego que disciplinam a execução dessas atribuições estabelecem, implicitamente, os fundamentos sobre os quais apoiar a concepção global do sistema policial militar e a definição de natureza e da amplitude de suas atividades.

A atividade policial militar, porque incluída na relação de interesses da comunidade do Estado e do Município, estabeleça estreita ligação entre a missão da Polícia Militar e o consenso de ordem e segurança vigentes naquelas comunidades. Por ser muito amplo o seu // quadro de responsabilidades, a Corporação estará muitas vezes executando ações onde razões operacionais do Exército e que embora dentro dos propósitos de Segurança Nacional, poderão contrariar interesses // imediatos da comunidade. Como a aprovação e a desaprovação popular...

constituem forças capazes de facilitar ou dificultar a ação policial, tornando-se necessário persuadir a população a compreender não somente as ações executadas sob o enquadramento e a supervisão do Exército, com propósitos subordinados ao interesse dessa Força Armada.

A vinculação da Polícia Militar à comunidade (municipal, em // particular, e estadual, de um modo geral) define bem o propósito de suas principais missões e possibilita a compreensão de suas atividades. A atuação da Corporação não pode, portanto, apartar-se da comunidade e de todas as entidades e organizações que, direta ou indiretamente, trabalham para ela. Um regime de permanente e recíproca cooperação é imperioso e indispensável. Esse aspecto impõe que o Sistema / de Assuntos Cíveis capacite a Corporação a se empenhar em uma ampla / cooperação com a Sociedade, dentro de um clima de atuação integrada e harmônica, em qualquer nível ou escalão responsável. Essa atuação integrada inclui uma mútua e rápida prestação de esclarecimentos e informações, a cooperação com os demais órgãos, ou melhor, tipos de Polícia, o atendimento das solicitações do Poder Público em geral, a participação na mobilização comunitária ante situações de calamidades públicas, a cooperação em atividades cívicas, recreativas e sociais, além da participação na segurança de serviços essenciais à comunidade. Os serviços assim prestados complementarão a presença física da Corporação na comunidade - assinalada na execução do policiamento ostensivo - com uma presença ambiental caracterizada pelo consenso de sua eficiência e de sua capacidade de servir.

A preocupação com a opinião pública é parte integrante da ação policial, não para acarretar omissão por temor à sua desaprovação, mas no sentido de sempre esclarecê-la. Trabalhando para a comunidade, não faz sentido ser desaprovada, incompreendida, detratada ou ainda odiada por ela. Por outro lado, o fortalecimento cada vez maior da instituição policial militar, particularmente pela aglutinação consciente de seus integrantes em torno dos chefes e da destinação legal da Corporação, é fator de capital importância para o desempenho da atividade policial militar. O Sistema de Assuntos Cíveis deverá capacitar a Corporação a criar uma compreensão de sua função, esclarecendo seu papel social, a importância da ordem e da segurança, sua atuação preventiva e necessidade eventual de repressão, suas vinculações com o Exército, sua eficiência, sua dedicação profissional, o valor de seus integrantes e suas tradições. A cooperação para a elevação do moral do público interno, de um lado, e a conquista e manutenção de uma imagem favorável da Corporação junto ao público externo, de outro, constituem alguns dos objetivos finais a que se deve propor o Sistema de Assuntos Cíveis. A permanente atuação junto ao público externo, particularmente, manterá a harmonia entre a comunidade e a Polícia Militar e

ampliará, cada vez mais, o crédito de confiança de que a Corporação/necessita para bem executar as suas tarefas constitucionais.

4. Objetivos

a. Objetivos Remotos

- 1) Todo planejamento de Assuntos Cíveis deve ter por objetivo remoto o reconhecimento pleno do valor e da função / social da Polícia Militar.
- 2) A integração é o estágio máximo dos campos de atividades de relações públicas em que, na busca da participação e ajustamento, se procura alcançar a harmonia e cooperação.
- 3) A integração exige inteiração e a inteiração requer bilateralidade.

b. Objetivos Intermediários

- 1) como objetivos intermediários o plano deve pretender // preparar tropa e população para o trabalho integrado a fim de possibilitar a organização da Defesa Cível e, após, da defesa interna cível.
- 2) Um dos problemas mais graves para a organização da defesa cível é a obtenção da participação da comunidade, já que nos tempos correntes, mormente nas grandes cidades, por suas características psicossociais, a influência da comunicação de massa e a atuação de certos grupos interessados na propagação de uma "aldeia global" estão conzindo os cidadãos a se situarem numa área maior, neutralizando sua sensibilidade e diminuindo sua atuação para interesses mais próximos e imediatos ou para problemas locais de pequena monta. O homem cada vez mais, se preocupa com os assuntos estranhos e distantes e chega a desconhecer as dificuldades de seus vizinhos. Há locais em que chega a ser moda, e de bom tom, demonstrar que não se conhece ninguém ou que só se possui um número // restrito de amigos.
- 3) O espírito de comunidade e de solidariedade só desperta nos grandes acontecimentos que provocam forte comoção e e que fazem aflorar nos indivíduos o instinto de defesa e a necessidade de ajuda mútua.
- 4) Poucos acontecimentos em Goiânia tem chamado a atenção da população especialmente no que se refere à defesa Cível. (Césio - 137). Tornando-se difícil sensibilizar a opinião pública para a preparação para uma eventual ocorrência que possa prejudicar a coletividade.

- 5) Torna-se necessário, então, o desenvolvimento de uma série de providências para reconduzir o homem moderno a uma atividade comunitária, naturalmente não se pretende um retorno a costumes superados, mas se buscando a preservação do sentimento coletivo, de interdependência, / de trabalho cooperativo.
- 6) Todo o homem deve se sentir parte integrante do lugar / onde vive, influenciando e recebendo influência do meio das tradições, hábitos e costumes. Ele deve participar dos problemas e das **aspirações** locais. É preciso criar e estimular o espírito de comunidade a partir de um edifício onde não apenas os problemas de arrecadação e emprego de dinheiro do condomínio deve prevalecer. Deve existir várias comunidades: o edifício, a rua, o bairro, o distrito, a cidade a região, o Estado e a Nação.
- 7) Entretanto, a existência da comunidade depende das condições físicas do meio. É preciso que os órgãos públicos se distribuam de forma que as regiões, cidades, // distritos, etc, sejam uma unidade administrativa e levem o cidadão a recorrer dos recursos locais para obtenção de seus direitos e cumprimento de seus deveres. Assim, é importante que, paralelamente ao esforço espontâneo dos grupos, os órgãos da administração estadual (direta ou indireta) intensifiquem o processo de descentralização e **obedeçam** os limites geográficos traçados para as regiões administrativas, sub-regiões administrativas e outras áreas menores. Os municípios deverão estimular, igualmente, medidas semelhantes para os serviços de suas responsabilidades.
- 8) Se o policial militar se impuser como líder da comunidade, em qualquer nível acima descrito, ele estará contribuindo decisivamente para organização de defesa civil. Quando a população sentir o apoio da Corporação para a resolução de seus problemas mais prementes, apoiará todas as atividades policiais militares, ainda que de rotina, obtendo-se, pois, a INTEGRAÇÃO.

c. Objetivos Imediatos

1) Quanto ao Público Interno

- a) Fortalecer, continua e permanentemente, a instituição policial militar, por intermédio da aglutinação de seus integrantes em torno dos chefes e da destinação legal / da Polícia Militar.

- b) Manter os integrantes da Polícia Militar devidamente informados e esclarecidos sobre as realizações da Corporação, / seja quanto aos projetos realizados em benefício de sua expansão e modernização, seja, ainda, no que se refere à sua participação na vida da comunidade.
 - c) Concorrer para a obtenção e manutenção de um sadio espírito de corpo estimulando nos integrantes da Corporação o orgulho de pertencer à sua OPM, em particular, e a instituição, em geral.
 - d) Estimular em todos os integrantes da Corporação a máxima / correção de atitudes em público, a impecável apresentação individual e coletiva, a compostura e a correção de uniformes.
 - e) Desenvolver no policial militar um interesse permanente // por seu aperfeiçoamento profissional.
 - f) Identificar no público interno suas aspirações e frustrações de natureza profissional e social, sugerir medidas para solucionar os problemas levantados e difundir informações sobre as soluções em curso.
 - g) 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, àquelas em que a comunidade do Estado (ou município) teve participação ativa.
 - h) Despertar nos integrantes da Corporação uma mentalidade que os torne elementos atuantes na vida comunitária.
- 2) Quanto ao Público Externo
- a) Desenvolver uma compreensão exata do relevante papel desempenhado pela Polícia Militar no amplo quadro da manutenção da ordem pública a cargo do Estado, visando a obter a solidariedade e o apoio da comunidade do Estado e do Município
 - b) Concorrer para a perfeita integração entre a Polícia Militar e a 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 seu público externo.
 - d) Destacar, sempre que possível, a ação da Polícia Militar / como principal órgão de segurança pública a cargo do Estado, bem como sua participação na vida comunitária.
 - e) Difundir a vinculação da Polícia Militar com o Exército, / de que constitui reserva e força auxiliar, bem como sua / participação no quadro de segurança nacional.

CONCLUSÃO

Como foi exposto, o público interno considerado nesse trabalho, é um fator preponderante no contexto da Corporação, por intermédio dele a organização poderá realizar grande parte de seus objetivos. Portanto deve ser tratado e considerado como elemento de partida para qualquer plano que a Polícia Militar possa colocar em prática. Assim, sendo, vamos dar-lhe uma maior motivação para o seu trabalho cotidiano. Não são os lugares que honram os homens, mas os homens que honram os lugares. (A atividade de Relações Públicas visam principalmente manter o intercâmbio e relacionamento da Polícia Militar com o público externo visando melhorar a imagem do policial militar e ninguém melhor do que o PM para servir de elo de ligação entre os públicos, por essa razão é necessário priorizar o público interno para que ele seja um verdadeiro agente de Relações Públicas no seio da sociedade. Nos dias atuais, a Polícia Militar se volta para as nobres e não menos honrosas funções de PM, que visa dar segurança e tranquilidade não só aos órgãos públicos, como também, ao povo em geral. Esse espírito de POLÍCIA MILITAR é que permitirá a valorização do homem PM, no exercício de sua profissão através do serviço que realiza e que lhe asseguram um lugar definido na estrutura social do país.

Nas mais diversas situações do policial militar, através desse espírito é que ele irá se firmar como um 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 orientam e dirigem homens estejam conscientes 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 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 que a missão de PM é pacífica, visando construir e integrar e, principalmente, estar a serviço da sociedade. "Numa época em que o homem tem a tendência de adorar o ídolo da tecnologia, existe sempre o perigo daqueles que estão além da barreira da terminologia técnica a aceitam cegamente. Enquanto que o homem de ciência aprende mais a cerca de menos e menos coisas, terminando sabendo tudo a respeito de nada, o filósofo aprende menos e menos a acerca de mais e mais coisas, terminando por saber nada acerca de tudo. Entre esses dois está o homem correto que todavia continua buscando a sabedoria, a compreensão e a verdade, apesar do pessimismo." Em nenhuma profissão a desumanidade do homem para com o homem é mais evidente do que na profissão de polícia e em nenhum outro gênero de vida é tão forte a necessidade de refletir seriamente; porque quando um homem cessa de perguntar e ponderar ele vai a caminho do esquecimento intelectual e do isolamento mental do mundo que o rodeia". (Clifford L. Scott e Bill Barret).

Atualmente, quando 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 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. 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, têm repercussão exatamente porque o comportamento coletivo na sociedade de massa caracteriza-se por situações transitórias e por permanente inquietação geral, cujas saídas estão nas distrações 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 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 de estudo 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. 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 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.

1. SITUAÇÃO

a. Finalidade

O presente Plano objetiva a execução, pela Corporação, dos projetos de Relações Públicas (público interno e externo) e de Ação Comunitária (participação cívico-comunitária) do EM-PM/5 de acordo com a política de Assuntos Cíveis estabelecida pelo Comando Geral, para o próximo ano. As diretrizes nele baixadas terão, também, caráter normativo e orientador, no tocante às atividades a serem desenvolvidas pelas OPM.

b. Metas e estratégias do Plano Geral da Polícia Militar a serem observadas pelo Sistema de Assuntos Cíveis

(1) Metas

(a) Desenvolvimento da correta mentalidade de Assuntos Cíveis.

(b) Fixação no público interno da mentalidade de servidor público.

(c) Introdução ou ênfase no público externo, da noção de contribuinte, seus deveres e direitos.

(d) Máxima integração PM-Comunidade.

(e) Obtenção de um nível de relacionamento com a imprensa que permita a consecução dos objetivos anteriores.

(2) Estratégias

(a) Manter com os públicos interno e externo um nível de relacionamento e de confiança recíproco.

(b) Manter o Sistema de Assuntos Cíveis integrado, de forma a permitir resposta oportuna e imediata, sempre que necessário.

(c) Desestimular o pensamento distorcido, segundo o qual cabe ao setor encobrir ou reverter a opinião pública.

(d) Difundir a idéia de que atuar de forma a bem posicionar a Corporação na opinião pública é obrigação de todo policial militar.

(e) Dispensar ao contribuinte a atenção devida, sempre buscando solucionar os seus problemas ou esclarecê-los devidamente.

(f) Penetrar fundo na tessitura social, através de aproximação efetiva e sadia com a comunidade, dela obtendo atitudes favoráveis.

(g) Estabelecer ligação mais estreita com a atividade de informação.

(h) Apoiar de forma efetiva as ações policiais-militares, com vistas à obtenção de atitudes que as facilitem.

(i) Incentivar as pesquisas em todos os níveis, evitando conclusões e decisões empíricas.

(j) Melhorar a estrutura do serviço, principalmente a nível de Unidade Operacional.

(l) Definir uma estratégia de ação junto às entidades representativas da comunidade.

c. Princípios Gerais

A execução do PGAC obedecerá às normas e instruções preconizadas pelos documentos doutrinários de Assuntos Cívicos. Entretanto, serão necessários alguns ajustamentos às nossas peculiaridades, o que deverá ser feito sem que haja distorção da doutrina. A integração entre os sistemas de Assuntos cívicos das Polícias Militares, Palácio do Governo e outros órgãos congêneres. Serão considerados ainda, os documentos, ordens e instruções provisórias da própria Corporação, como elementos normativos de ações a serem desencadeadas. São os seguintes documentos que serviram de base para a elaboração do PGAC.

- (1) C-33-1. Manual de Campanha Operações psicológicas, M. Ex
- (2) IP-45-1 Instruções Provisórias (RP), do Min do Exército.
- (3) IP-46-1 Instruções Provisórias (ação comunitária, idem
- (4) IP-PM CBM-5.1 Instruções Provisórias do Min do Exército.
- (5) Plano Experimental de Assunto Cívico - CEO PMSP, 1983.

d. Fatores Positivos

(1) A articulação das OPM, dissimuladas por todo o território do Estado, facilita a criação ou manutenção de uma imagem favorável da Corporação.

(2) A própria origem popular da PMGO, seus padrões de conduta e sua atividade-fim permitem, se bem divulgadas, a manutenção / de uma imagem dentro dos níveis pretendidos.

(3) Os trabalhos desenvolvidos pela Instituição, em benefício da comunidade, garantem condições de sucesso em iniciativas, visando estimular a participação do público.

(4) Cívicos qualificados e idôneos, mediante cooperação voluntária, expressam a boa aceitação da Instituição na comunidade e o valioso auxílio às ações de Assuntos Cívicos a desenvolver.

(5) A participação dos órgãos governamentais, cívicos ou militares, prestando orientação técnica no estudo e execução dos projetos de RP e Ação Comunitária, garante condições de êxito na sua realização.

(6) A coesão e o espírito de corpo dos integrantes da Corporação permitem atingir os elevados objetivos pretendidos na execução das atividades de Assuntos Cívicos programadas.

e. Fatores Negativos

(1) A incompreensão da missão da PMGO, a distorção de fatos ocorridos, às vezes incitada por algum órgão de Comunicação Social

e a exorbitância de autoridade praticada por alguns policiais-militares poderão concorrer para o desgaste da boa imagem da Corporação.

(2) O caráter repressivo das ações policiais-militares em momentos de necessidade, a falta de segurança e a ameaça à propriedade, amplamente divulgados pelos OCS, poderão influir negativamente na participação da comunidade nos eventos ligados à política de Assuntos Cívicos.

(3) A falta de estímulo e a carência de informações aos integrantes da Corporação poderão influir negativamente na consecução dos objetivos pretendidos nas ações de Assuntos Cívicos a serem desenvolvidas.

(4) A falta de esclarecimento ao público externo e a inexistência de pesquisas sobre a opinião pública poderão concorrer para a formulação inadequada das ações de Assuntos Cívicos.

f. Descrição sumária dos PROJETOS

(1) Relações Públicas (Público Interno) - Projeto I

Esse projeto visa o desenvolvimento de ações junto ao público interno da PM, constituído pelos elementos integrantes e ex-integrantes da Corporação: pessoal da ativa, da reserva remunerada e reformados, bem como os que vivem sob sua égide - funcionários civis, celetistas, alunos policiais militares de outras Corporações que estejam cursando nessa co-irmã, além dos familiares dos componentes desses dois grupos. Exceção será feita aos ex-integrantes excluídos ou expulsos por atitudes contrárias à sua honra e destinação legal.

(2) Relações Públicas (Público Externo) - PROJETO II

O público externo é constituído pelos diferentes grupos de indivíduos que têm interesses comuns ou distintos por suas características - clero, estudantes, parlamentares, poderes públicos, fornecedores, imprensa, etc. Se bem que assim diferenciado, o público externo confunde-se com a própria comunidade, considerada para fins de Relações Públicas. A conjugação de idéias e pensamentos do público externo a respeito de determinado assunto forma a opinião pública, que nada mais é que a síntese dos julgamentos comuns desses grupos com relação a pessoas ou instituição.

(3) Ação Comunitária (participação Cívico-Comunitária) PROJETO - I

A participação da PM em trabalhos comunitários representa fator de singular importância pelo seu caráter permanente. Esta participação permite à Corporação manter um intercâmbio constante, com a comunidade e uma conseqüente melhoria no nível de cooperação condição vital para o bom desempenho da atividade de segurança da população.

2. MISSÃO

Será executada segundo os objetivos preconizados pelos PROJETOS na forma que se segue:

a. Público Interno - PI

(1) Fortalecer, contínua e permanentemente, a PMGO, por intermédio da união de seus integrantes em torno dos Comandantes, Diretores e Chefes e dos objetivos gerais da Corporação como um todo

(2) Manter os integrantes da PM devidamente informados e esclarecidos sobre as realizações da Corporação, seja no campo de execução de sua atividade-fim, seja quanto aos projetos realizados em benefício de sua expansão e modernização, com o objetivo de estimular o público interno, o qual sempre será diretamente beneficiado por estas medidas, tanto no campo profissional como no pessoal

(3) Concorrer para obtenção e manutenção de um sadio espírito de corpo, incutindo nos integrantes da Corporação o orgulho de pertencer à sua OPM, em particular, e à PM, em geral.

(4) estabelecer, através do estímulo, nos integrantes da PM, um padrão ótimo de correção de atitudes no contato com o público e impecável apresentação individual e coletiva, pela correção de seus uniformes e de sua postura em serviço.

(5) Identificar, no público interno, suas aspirações e frustrações de natureza profissional e social, sugerindo medidas para a solução dos problemas levantados e providenciando a difusão de informações sobre ações de Comando desenvolvidas no sentido de eliminá-los.

b. Público Externo - PE

(1) Desenvolver uma compreensão exata do relevante papel desempenhado pela Polícia Militar no amplo quadro da manutenção da ordem pública, visando formar uma consciência favorável à aceitação, pela comunidade, dos serviços que a ela são oferecidos pela Corporação, por força de lei.

(2) Criar condições para que haja uma perfeita integração entre a PM e a comunidade, destacando-se algumas classes das quais a Corporação necessita maior apoio, tais como: autoridades civis e militares nos três níveis de governo (Federal, Estadual e Municipal) e os veículos de comunicação (escrita, falada e televisada). A instituição não pode abdicar da solidariedade e da efetiva colaboração da sociedade em geral e dessas classes, em particular, para atingir, da melhor maneira possível, seus objetivos.

(3) Difundir a vinculação da PM ao Exército Brasileiro, com a missão constitucional de representar sua força de reserva ativa em caso de guerra externa ou grave perturbação da ordem pública. Tal atitude visa levar à opinião pública uma maior compreensão de nossa destinação legal e, com isso, fortalecer o prestígio da Corporação junto à comunidade do Estado.

c. Ação Comunitária - Participação Cívico-Comunitária

(1) Despertar na comunidade o sentimento de participação nos problemas de segurança que estão sob a responsabilidade da PM, de modo que esta população entenda, com mais clareza, a destinação legal da instituição e com ela colabore.

(2) Estimular nos componentes da PM uma mentalidade favorável à participação cívico-comunitária, demonstrando sua posição de relevo na valorização da missão policial militar e de seu próprio valor pessoal, por serem eles, também, elementos integrantes da comunidade como um todo.

(3) desenvolver, especialmente nos escalões de Comando subordinados, em todos os níveis, a consciência da potencialidade da PM nesse campo específico de ação, como fator de desenvolvimento da capacidade de liderança que por eles poderá ser alcançada junto às comunidades.

(4) Estimular o espírito comunitário de autoridades e organizações civis.

3. EXECUÇÃO

O EM-PM/5 e as OPM desenvolverão as atividades de Assuntos Cívicos em consonância com as orientações inseridas nos projetos do plano de Relações Públicas da Polícia Militar. Elas serão executadas através de planos setoriais desdobrados em programações permanentes ou eventuais, de acordo com as circunstâncias que se apresentarem e com os objetivos pretendidos.

Além das ações que estarão, a seguir, discriminadas, outras poderão surgir ou ser criadas pelos Comandantes, Chefes ou Diretores de OPM, desde que estejam ajustadas com a política de Assuntos Cívicos da Corporação.

a. Ações junto ao Público Interno - PI

(1) Culto aos grandes vultos e principais eventos de nossa história, dando-se preferência àqueles mais ligados à formação profissional do policial militar e, no caso imediato, àqueles mais ligados à comunidade do Estado (ou do município) que houver maior participação ativa.

(2) Estabelecer, através dos meios disponíveis de RP, um padrão de conduta do policial militar perante as autoridades em visita a quartéis ou, quando ele for avistar-se com essas classes da comunidade, nos seus locais de trabalho.

(3) Incentivar, igualmente, um padrão de conceito dos quadros no trato com familiares e com o povo em geral, durante as folgas do serviço e o período normal de descanso, de modo a valorizar a pessoa do PM como integrante da comunidade.

(4) Elaborar regras de comportamento ético nos quadros, estimulando a amizade, a solidariedade e o respeito entre todos. Devem ser estimuladas atitudes como a afabilidade, a compreensão, o

diálogo e a consideração dos superiores com os subordinados. Estas normas de procedimento serão observadas sem ~~fêr~~ os princípios hierárquicos e sem promiscuidade.

(5) Desenvolver programas específicos destinados à preparação psicológica da tropa, especialmente dos Sargentos, cabos e soldados, executores, por excelência, dos diversos tipos de policiamento, de modo a aprimorar a sua capacidade de reação diante de situações de serviço. Os referidos programas poderão desenvolver objetivos e temas, partindo de situações ou falhas a explorar e procedimentos, tais como:

(a) Objetivos

- Conscientizar o policial militar para o fiel cumprimento de suas obrigações profissionais.

- Obter e incrementar a confiança do policial militar na sua Corporação e nos serviços por ele prestados à comunidade.

- Motivar o público interno para que acredite nos serviços que executa e valorize a função policial militar.

(b) Temas

- A exação do dever como índice de moral elevado.

- A qualidade dos serviços e o entusiasmo com que são prestados, como determinantes do grau de sua aceitação pelo público externo.

- A importância da atuação do policial militar para a divulgação da Instituição.

- O direito do cidadão, como contribuinte de impostos, aos serviços essenciais a que o Estado está obrigado, particularmente à segurança.

(c) Situações ou falhas a explorar

- Exaltação de situações em que o policial militar se destacar no cumprimento do dever, prevendo-se elogios ou premiações, inclusive com a participação de seus familiares, a fim de ser demonstrado o reconhecimento da instituição por seu mérito pessoal.

- Falhas no serviço verificadas durante supervisões, inspeções e outros mecanismos de controle da tropa.

- Desinteresse e apatia observados na execução do serviço, particularmente na atuação do homem isolado.

- Noticiário adverso da imprensa, se julgado procedente, após as devidas averiguações e quando a solução extrapolar a esfera disciplinar, exigindo, assim, outras medidas de caráter educativo.

(d) Procedimentos

- Reuniões periódicas para "estudo de caso", divul

gado ou não pela imprensa, mas que tenha gerado polêmica e, por isto, mereça apreciação pelo público interno.

- Sessões de instrução, conferências, palestras, / simpósios e congressos, com a participação de figuras ilustres do mundo civil, reconhecidamente capazes de contribuir com seus conhecimentos para o aprimoramento profissional do policial militar.

- Estímulo à realização de trabalhos sobre temas escolhidos, com premiação dos melhores, a serem executados voluntariamente pelo público interno.

Inserção de informações ou análise de notas divulgadas pela imprensa, no Boletim Geral, para conhecimento da tropa e possíveis ensinamentos de interesse profissional.

- Incremento, no público interno, do contínuo interesse pelo aperfeiçoamento profissional, como meio de valorização de sua carreira, procurando premia-lo, como forma de incentivo.

- Desenvolvimento de programas de orientação junto ao público interno, para que aumente o seu interesse pelos assuntos da Corporação. Serão indicadas formas de apresentação de sugestões ou críticas construtivas que visem o aprimoramento da Instituição como um todo, através do aproveitamento de suas experiências adquiridas durante a execução dos diversos serviços da Polícia.

(6) Empreender programas visando a valorização do homem e uma maior participação de sua família em sua profissão, a fim de que seu amor pela Corporação seja tão marcante que ela se transforme em motivo de orgulho para todos os seus familiares. Diversos temas e procedimentos poderão ser explorados com esse fim, até mesmo aqueles mais diretamente afetos à assistência social, tais como:

(a) Concursos diversos endereçados aos filhos dos integrantes da Corporação, que envolvam estímulo à criação e participação (artigos, monografias, concursos de fotografias, concursos de cartazes, etc). O tema poderá versar sobre a PM ou eventos históricos de importância para a Corporação.

(b) Competições desportivas e recreativas, destinadas especificamente aos familiares dos que integram o público interno.

(c) Homenagens aos integrantes da Corporação que passam para a reserva remunerada ou reformarem, exaltando os bons serviços por eles prestados, com a participação da comunidade, de seus companheiros e de seus familiares.

(d) Atenção especial aos familiares, visitando e atendendo às suas necessidades, em caso de doença ou morte do policial militar. Deverá ser dado apoio integral ao policial militar que for infortunado pela perda de membro de sua família.

(e) Confecção de boletim informativo, jornais, revistas, ou outros meios de comunicação visando o público interno em geral.

(f) Promover e incentivar as atividades recreativas da família policial militar, incrementando as iniciativas do setor (clubes, associações, colônias de férias, etc).

(g) Estabelecer convênios com organizações civis destinadas ao lazer, para que o público interno possa desfrutar, em melhores condições, os seus períodos de férias, por um custo compatível com o seu poder aquisitivo.

(h) As datas festivas de caráter religioso deverão ser estimuladas através de programação interna que inclua a participação de todo o público interno (natal, páscoa dos militares, etc)

(i) Homenagem aos policiais militares cujos filhos se formarem em curso superior ou se destacarem em atividades esportivas, culturais ou científicas, no âmbito estadual, nacional ou mundial, de modo que, com o conhecimento do fato pela tropa, tais pais se tornem exemplos a serem seguidos pelos demais.

(j) Homenagens aos policiais militares que concluírem cursos civis, os quais, mesmo não sendo de interesse da profissão, os coloquem em posição de relevo na sociedade, com reflexos positivos no seio da Corporação.

b. Ações junto ao público externo - PE

O EM-PM/5 e as OPM elaborarão programas diversos de RP visando o público externo, sempre com objetivos bem definidos. Eles devem, sempre, realçar a importância da atividade-fim da Corporação na segurança e no bem estar da comunidade.

(1) Relações com os veículos de comunicação

Os órgãos de comunicação, devidamente motivados, poderão comportar-se como importante elemento nivelador da opinião pública. As relações da PM com a imprensa (falada, escrita e televisada) devem ter caráter sistemático e visarão, precipuamente:

(a) Incentivar o contato com a imprensa falada, escrita e televisada com o meio policial militar, explorando todas as oportunidades que se apresentarem (solenidades, desfiles, atividades escolares, demonstrações, etc). Em suma, toda ação comunitária desenvolvida pela PM, em todos os níveis, deve receber o máximo de divulgação, para que a integração da comunidade com a Polícia Militar mantenha sempre o melhor padrão, mas com o conhecimento geral da população que irá formar a opinião pública.

(2) Além do EM-PM/5, em se tratando de política de RP, os Comandantes, Chefes e Diretores de OPM desenvolverão ações setoriais, visando obter e manter a cooperação dos mais destacados / líderes da atividade jornalística, além de outras ações (globais ou setoriais), a saber:

(a) Promoção de esclarecimento à imprensa sobre o sen-

tido social da Polícia Militar na vida da comunidade.

(b) Incentivo à divulgação de assuntos ou fatos que enaltecem a ação da Polícia Militar.

(c) Prestigiar os representantes dos órgãos de comunicação, facilitando-lhes, por todos os meios, a realização do trabalho jornalístico.

(d) Estabelecer um padrão de confiança mútua, procurando difundir, sempre, mensagens verdadeiras, olvidando aquelas que / não estejam bem esclarecidas ou que possam provocar controvérsias

(e) Ter como norma de conduta a de desvincular a pessoa do eventual comandante, diretor ou chefe das atividades realizadas pela PM, bem como dos resultados alcançados.

(f) Divulgar a PMGO como um todo, realçando tanto os serviços simpáticos e bem aceitos pela população, como aqueles de caráter muitas vezes coercitivos, mas igualmente necessários à segurança da sociedade.

(3) Pesquisa e avaliação

Realizar, através do EM-PM/5 e, em casos específicos, devidamente autorizados, também através das OPM, pesquisas de opinião, visando fundamentalmente:

(a) Avaliar o comportamento das ações de Relações Públicas realizadas.

(b) Aferir a receptividade, nos diferentes públicos, das atividades da instituição ou de seus integrantes.

(c) Permitir a correta utilização dos instrumentos disponíveis, particularmente dos veículos de comunicação de massa.

(d) Possibilitar a introdução de modificações nos trabalhos realizados e a fixação de diretrizes para o planejamento de programas futuros.

(e) Permitir a fixação de objetivos imediatos a atingir para fazer frente às ações adversas que forem caracterizadas.

(4) Divulgação

A divulgação, não devendo ser confundida com eventuais contatos com a imprensa, constitui-se numa atividade de muito maior abrangência, que incide sobre todos os tipos de públicos, utilizando-se de meios e instrumentos variados, os quais exigem, normalmente, recursos especiais de criação e arte. A Corporação deverá estar preparada para esse trabalho de alto valor, que utiliza diversos tipos de meios e instrumentos, a saber:

(a) Captação, redação e difusão de notícias.

(b) Criação e confecção de peças de publicidade.

(c) Composição e impressão de jornais, boletins informativos, etc, visando o público externo.

(d) Preparação e execução de filmes, fotografias, slide vídeo cassete, etc.

(5) Criação e manutenção de "sala de imprensa", com os meios necessários a facilitar o trabalho dos jornalistas, nas dependências da PM/5. Ficará a critério da OPM, dependendo da disponibilidade de espaço e da necessidade, a montagem desta sala especial.

(6) Contratação de serviços ou pessoal especializado para assessorar o PM/5 no desenvolvimento das atividades de Relações / públicas, assim como nas ações específicas de jornalismo, a fim de que o sistema de RP da Polícia Militar apresente-se, sempre, / dentro dos padrões técnicos exigidos para o bom desempenho dessa missão. Essa atividade ficará restrita ao EM, não cabendo às OPM tal tipo de providência.

c. Ação comunitária (participação cívico-comunitária) - Ações

(1) Apoio às escolas primárias.

(a) A ser realizado no nível de OPM e consubstanciado na atuação específica junto a uma escola da comunidade, objetivando melhorar suas instalações, proporcionando condições agradáveis à vida dos alunos e estimulando o espírito comunitário em professores e pais de alunos. Se houver oportunidade no período a operação deverá ser repetida em outra escola.

(b) Escolha preliminar de uma escola cujos alunos, de preferência, pertençam às classes menos favorecidas e que, pela natureza dos problemas detectados, tenha a OPM condições de solucioná-los em prazo determinado e tempo compatível. A OPM deverá buscar apoio em todos os segmentos da comunidade, estimulando alunos professores, pais de alunos, comerciantes, etc, a participarem da campanha.

(c) Os trabalhos incluirão melhoramentos e conservação de instalações, desenvolvimento de atividades de recreação, melhoria dos padrões sanitários, distribuição de material escolar e esportivo doados pela comunidade, etc.

(d) Elaboração de programa de visita de escolas primárias às instalações da OPM, com demonstração diversa que motive as crianças e lhes proporcionem lazer.

(2) Atividades junto às escolas de nível médio e superior.

Essas ações, desenvolvidas através da participação da PM em eventos internos e externos dessas instituições da rede pública ou particular, serão consolidadas sempre que possível. a PM através das OPM, procurará realizar palestras, conferências, simpósios, competições esportivas integradas (PM x Escolas), cessão de instalações para treino de equipes, alojamento de comitivas de estudantes de outras regiões que venham participar de eventos programados por essas escolas e outras atividades que possam ser desenvolvidas sem prejuízos para o serviço interno.

As solenidades cívicas nessas escolas devem ser sempre aproveitadas como elemento de maior aproximação, devendo a Polícia Militar manter intercâmbio de informações, não só para participar ativamente dos programas cívicos dessas instituições, como também, para convidá-las a integrarem e assistirem aos nossos eventos internos, do mesmo caráter, ou outros que permitam participação desse público externo.

(3) Promoção ou participação em atividades cívicas visando a comunidade como um todo.

(a) O EM-PM/5 e as OPM organizarão calendário anual de eventos, prevendo datas cívicas e festivas mais expressivas, além daquelas que, no caso das OPM, digam respeito mais diretamente às comunidades de suas áreas. A PM e as OPM incentivarão a participação da Corporação em festividades cívicas de expressão nacional, estadual ou local, respectivamente, através de desfile de tropa, palestras, competições esportivas, representações, etc. Nas solenidades cívicas regulamentares, assim como nas demais, a PM e as OPM providenciarão a participação da comunidade, através de convites ou divulgação pelos órgãos de comunicação que fazem a cobertura da área.

(b) A Corporação e seus escalões subordinados promoverão, ainda, festividades diversas, tais como: comemoração do aniversário da Unidade, entrega de medalhas, despedida de policial-militar que tenha reformado ou passado para a reserva remunerada com bons serviços prestados, concursos com entrega solene de prêmios e outros programas que provoquem a participação efetiva da sua comunidade.

(4) Contribuição para campanhas meritórias.

(a) Consubstanciada no apoio em pessoal, transporte e material para campanhas como as de vacinação, limpeza pública, melhoria de instalações de asilos, orfanatos, etc.

(b) Objetivando provar ainda mais o espírito altruístico do qual está imbuído o policial militar, malgrado a natureza, da missão, será incentivada, pelos Comandantes, Chefes e Diretores de OPM, a doação voluntária de sangue por todos os concluintes de cursos, revestindo-se o fato da divulgação necessária para que a comunidade tome conhecimento e presencie tal evento.

(c) Assistir às entidades não governamentais envolvidas em campanhas de apoio às classes menos favorecidas, oferecendo instalações para reuniões e outras providências que permitam à PM participar ativamente dessas atividades de caráter profundamente social.

(5) Ações junto às Entidades Religiosas.

Considerando a alta importância dessas entidades no contexto social, merecem elas especial atenção por parte da PM. A Corporação deve esforçar-se o máximo possível, para manter um excelente nível de participação junto a essa comunidade específica, a fim de melhor utilizar-se do alto grau de influência que os líderes religiosos possuem junto à população e criar, desse modo, um ambiente favorável ao desenvolvimento de suas atividades de segurança. Assim, a ação policial, muitas vezes mal compreendida, pode ser bastante amenizada nos seus aspectos controvertidos, se contar com o apoio efetivo das Entidades Religiosas.

(6) Colônia de Férias

A Corporação, até o escalão OPM, dentro do possível poderá promover colônias de férias, desenvolvendo atividades desportivas, recreativas, assistenciais e de caráter cívico para as crianças de suas comunidades. A atividade em questão só será realizada se não provocar prejuízo ao serviço. Deve-se dar prioridade às crianças mais carentes e alunos de escolas humildes, especialmente as públicas. O envolvimento de autoridades civis e entidades públicas ou privadas deve ser incentivado, pois esses líderes comunitários, podem constituir-se em peças fundamentais desse esforço.

d. Outras atribuições das OPM envolvidas na execução das atividades de Assuntos Cívicos

(1) EM-PM/5

- Elaborar programas de RP e de AC para atender aos eventos de caráter geral pela Corporação.
- Receber das diferentes seções do EM e das OPM e fornecer aos órgãos de comunicação social o material elaborado para divulgação.
- Credenciar os representantes do OCS.
- Supervisionar as atividades de RP para informar ao Chefe do EM seu desenvolvimento e os resultados alcançados.
- Prever as necessidades em material, pessoal e recursos destinados ao funcionamento do sistema, a fim de que sejam incluídos no orçamento da Corporação.
- Instituir serviço permanente de pesquisa, coleta de dados e análise dos noticiários e das informações.
- Supervisionar a instrução e o aperfeiçoamento do pessoal de Assuntos Cívicos na esfera de suas atribuições.
- Expedir notas de instrução, programações, normas e outros documentos de ordem, visando a execução das ações constantes do presente plano.

(2) Seções do EM

- Encaminhar ao EM-PM/5 o material elaborado para ser divulgado pelos diferentes meios de comunicação social.

(3) O P M

(a) Conduzir as atividades de Assuntos Cívicos em suas áreas, sempre em acordo com as diretrizes do PGAC.

(b) Manter no acervo do público interno:

- Quadro fotográfico dos policiais militares mortos em confronto direto com marginais, com seu RG, nome e data de falecimento.

- Livro-álbum dos mortos em confronto com marginais contendo fotografias dos policiais militares e histórico do fato.

- Relação de todos os policiais militares da ativa e seus dependentes, com as respectivas datas natalícias.

- Relação de todos os policiais reformados e da reserva pela OPM, com respectivos endereços.

- Arquivo do PM-Noticiário e outras publicações destinadas ao público interno.

- Relação de policiais militares que tenham recebido prêmios ou condecorações pela PM, por outras OM ou Entidades cívicas (governamentais ou não).

- Relação atualizada dos policiais militares que tenham doado sangue voluntariamente.

- Arquivo de programas específicos realizados pela OPM, visando o público interno, de acordo com o preconizado nos // projetos do EM-PM/5.

- Histórico da OPM, com riqueza de detalhes e apresentação em bom padrão.

- Relação de policiais militares possuidores de cursos ou estágios de Relações Públicas ou Comunicação Social realizados pela PM ou noutras organizações Cívicas ou Militares.

- Relação de policiais militares com cursos de língua estrangeira realizados na Corporação ou fora dela.

(c) Manter no acervo do Público Externo:

- Relação nominal das autoridades cívicas e militares da área, bem como de outras figuras proeminentes da comunidade com poder de influência na opinião pública local (clero, Associação de bairros, diretores de clubes de serviços ou destinados ao lazer,)

- Cadastramento dos órgãos de comunicação que circulam na área da OPM, inclusive dos serviços de alto falante autorizados.

- Resenha diária de jornais com notas positivas, negativas ou neutras publicadas e montagem de quadro estatístico mensal dessas notas, para estudos comparativos e análise de tendências.

(d) Manter no acervo de participação Cívico-Comunitário

- Arquivo de programas de participação da OPM em eventos significativos da comunidade de sua área.

- Relação de todos os estabelecimentos de ensino e existentes na área da OPM, contendo nomes de diretores e (ou) administradores, para desenvolvimento de atividades cívico-comunitária

- Relação nominal de entidades religiosas e de seus líderes, visando articulações de programas específicos de participação da OPM em seus eventos.

- Estudo de situação para a criação de CIPOC, de acordo com as instruções previstas no projeto de Ação Comunitária.

- Estudo de situação para organização de colônia / de férias no âmbito da OPM, se suas condições permitem o desenvolvimento de tal atividade.

4. PRESCRIÇÕES DIVERSAS

a. O PGAC é aplicável às Uop com efetivo até BPM em todo seu teor e passível de execução parcial pelas demais OPM, devido à peculiaridade de suas estruturas orgânicas, de suas finalidades e de seus efetivos. Caberá aos comandantes, Chefes e Diretores promover adaptações no sentido de aproveitar-se o máximo possível de seu conteúdo.

b. As OPM ficarão responsáveis pelo planejamento setorial de Assuntos Cívicos, onde discorrerão sobre os objetivos específicos e as ações a serem desencadeadas por programações, observando-se o modelo estabelecido pela 5ª Seção do Estado Maior.

c. O CPC, CPI e CCB incluirão, nos seus planos setoriais, atividades de supervisão, coordenação e controle das Uop a eles subordinadas, em apoio à 5ª Seção do Estado-Maior, responsável pela condução da política de Assuntos Cívicos emanada do Comandante Geral da Corporação.

d. Os planos setoriais das OPM serão elaborados no padrão de PGAC, com as correções julgadas convenientes pelos comandantes, // Chefes ou Diretores, sem, entretanto, desviarem-se da forma utilizada para a apresentação deste Plano Geral. Eles serão confeccionados de maneira bem objetiva e visarão, principalmente, a execução das ações preconizadas neste documento de ordem.

e. A classificação das atividades a serem desenvolvidas por programações obedecerá às orientações contidas no PGAC e nos planos setoriais. Como, às vezes, todos os públicos são acionados, // principalmente no tocante às ações comunitárias, prevalecerá o objetivo maior que se pretenda alcançar, como critério para essa // classificação.

f. Para efeito de autorização para realização de eventos, deverá ser encaminhada cópia da programação à autoridade responsável por sua aprovação, já se prevendo distribuição a todos os órgãos envolvidos na solução.

g. A publicação da aprovação poderá ser resumida, contendo apenas a missão, a sequência da programação e as providências pre-

vistas para outras OPM, para conhecimento e execução.

h. O EM-PM/5, independente da existência de programação específica da OPM, quando tiver que desenvolver missões de apoio ao evento considerado, também elaborará documento idêntico, detalhando suas atribuições, para execução pela sua equipe e para dar conhecimento ao Sr Cel PM Chefe do EM.

i. A programação é um documento comum a todo o Sistema de Assuntos Cíveis e será desencadeada sempre que for expedida ordem para realização de algum evento, sendo elaborada com antecedência / necessária ao seu perfeito cumprimento por parte dos órgãos envolvidos. Para tal, deverá ser feito contato antecipado com os elementos responsáveis pela execução posterior, a fim de estipular-se com o máximo de precisão a data de sua expedição.

j. Os Comandantes, Chefes e Diretores determinarão aos responsáveis pelas atividades de Assuntos Cíveis de suas OPM que realizem instruções e palestras dirigidas aos Oficiais e Praças a eles subordinados para divulgação das diretrizes do PGAC.

l. As OPM deverão providenciar local compatível e possuir material e equipe organizados, de modo a propiciar condições favoráveis ao desenvolvimento e à execução do presente Plano.

m. Todas as OPM deverão manter um Oficial responsável pelas atividades de Assuntos Cíveis nos seus quadros, a fim de garantir a perfeita integração entre o Estado Maior e os escalões subordinados.

n. O Oficial responsável pelas atividades de Assuntos Cíveis deverá observar os itens de inspeção previstos para o setor de RP.

o. As OPM deverão providenciar comunicação imediata das ocorrências policiais em suas áreas, trabalho executado pelo COPOM. Sua missão, segundo normas específicas do EM-PM/5, é a de difundir para os OCS as ocorrências operacionais da Polícia Militar.

p. Os Planos Setoriais das OPM deverão ser elaborados com validade de um ano.

q. A validade do presente Plano Geral de Assuntos Cíveis é indeterminada, até que outro documento de ordem venha substituí-lo. É também, passível de revisão, alteração ou complementação, diante de novas informações ou avaliações periódicas.

r. Outros anexos poderão ser inseridos, de acordo com o desenvolvimento normal das atividades.

5. ANEXOS

- a. Anexo I - Calendário de planejamento
- b. Anexo II - Calendário de Eventos para o ano de 1989
- c. ~~Anexo~~ Anexo III - Calendário de atividades para o ano de 1989
- d. Anexo IV - Modelos de pesquisas para os diferentes públicos

- e. Anexo V - Lista de Verificação de reunião
- f. Anexo VI - Normas para as relações entre a PM e a Imprensa
- g. Anexo VII - Diretrizes para atendimento telefônico na PM
- h. Anexo VIII- Fundamnetos para o planejamento de Eventos
- i. Anexo IX - Organograma da PM/5

CALENDÁRIO DE PLANEJAMENTO

MÊS... JANEIRO.....

ANO... 1989....

CONFRATERNIZA-
ÇÃO UNIVERSAL.

CRIAÇÃO DA PMMS
(TELEX)

DSTQQSS 01 16

DIA DOS TC
ANIV DO CG
ANIV DO 1º BPM
ANIV DO 2º BPM
ANIV DO RPMONT

DSTQQSS 02 17

DSTQQSS 03 18

DIA DA ABREUGRA
FIA

DSTQQSS 04 19

DSTQQSS 05 20

DIA DE REIS

DSTQQSS 06 21

DSTQQSS 07 22

DSTQQSS 08 23

DIA DA PREVIDÊN
CIA SOCIÁL

DSTQQSS 09 24

DIA DO CARTEIRO

DSTQQSS 10 25

DSTQQSS 11 26

DIA DO ORADOR

DSTQQSS 12 27

DSTQQSS 13 28

DIA DO ENFERMO
CRIAÇÃO DA PO-
LÍCIA FEMININA
DIA DO JORNALIS
TA

DSTQQSS 14 29

DSTQQSS 15 30

DSTQQSS 31

CALENDÁRIO DE PLANEJAMENTO

33

MÊS.....FEVEREIRO.....

ANO 1989.....

DIA DO PUBLICI-
TÁRIO

DSTQQSS 01 16

ANIV DA PMBA
(TELEX)

DSTQQSS 02 17

ANIV DA PMPB
ANIV DA PMAL
(TELEX)

DSTQQSS 03 18

ANIVERSÁRIO DA
6ª CIPM

DSTQQSS 04 19

TOMADA DE MONTE
CASTELO
ANIV DA 4ª CIPM

DSTQQSS 05 20

DIA DO GRÁFICO

DSTQQSS 07 22

DIA DO MAGISTÊ
RIO MILITAR
23- DIA DO RO-
TARIANO

DSTQQSS 08 23

DSTQQSS 09 24

DSTQQSS 10 25

DSTQQSS 11 26

DSTQQSS 12 27

DIA DA ASSISTÊN
CIA RELIGIOSA
28- ANIVERSÁRIO
DA PMSE

DSTQQSS 13 28

DSTQQSS 14 29

DSTQQSS 15 30

DSTQQSS 31

CALENDÁRIO DE PLANEJAMENTO

MÊS...M.A.R.Ç.O.....

ANO...1989...

DSTQQSS (01) (16)

DSTQQSS (02) (17)

DSTQQSS (03) (18)

DSTQQSS (04) (19)

DSTQQSS (05) (20)

DSTQQSS (06) (21)

DIA DOS FUZILEIROS NAVAIS
DSTQQSS (07) (22)

DIA DO METEOROLOGISTA
DSTQQSS (08) (23)

DSTQQSS (09) (24)

DSTQQSS (10) (25)

DSTQQSS (11) (26)

DSTQQSS (12) (27)

ANIVERSÁRIO DA IGPM
DSTQQSS (13) (28)

DSTQQSS (14) (29)

DSTQQSS (15) (30)

DIA DA INTEGRAÇÃO NACIONAL
ANIVERSÁRIO DA REVOLUÇÃO 64
ANIVERSÁRIO DA PMAC
DSTQQSS (31)

CALENDÁRIO DE PLANEJAMENTO

35

MÊS..... A B R I L

ANO..... 1989

DSTQQSS 01 16

DSTQQSS 02 17

DIA DO LIVRO
INFANTIL

DSTQQSS 03 18

ANIVERSÁRIO DA
PMAM - TELEX

19- ANIVERSÁRIO
DA 5ª CIPM

19- DIA DO INDI
O

DSTQQSS 04 19

DIA DO RP

DSTQQSS 05 20

ANIVERSÁRIO DA
PMES - TELEX

21- TIRADENTES
PM
P CIVIL

DSTQQSS 06 21

DIA MUNDIAL DE
SAUDE

DIA DO MÉDICO
LEGISTA

DIA DO CORRE
TOR

22 - VIACÃO DE
CAÇA. DESCOBRI
MENTO DO BRA
SIL

DSTQQSS 07 22

DIA NACIONAL DO
ESCOTEIRO

DSTQQSS 08 23

DSTQQSS 09 24

DIA DO CONTABI-
LISTA

DSTQQSS 10 25

DSTQQSS 11 26

DIA DO SACERDO
TE

DSTQQSS 12 27

DSTQQSS 13 28

DSTQQSS 14 29

ANIVERSÁRIO DO
79 BPM

DIA DA CONSER-
VAÇÃO DO SOLO

30- FERROVIÁRIO
NACIONAL DA
MULHER
OEA

DSTQQSS 15 30

DSTQQSS 31

CALENDÁRIO DE PLANEJAMENTO

MÊS.....MAIO.....

ANO. 1989....

DIA DO TRABALHO

DSTQQSS 01 16

DSTQQSS 02 17

DSTQQSS 03 18

DSTQQSS 04 19

DIA N DAS COM CRIAÇÃO DO 6º BPM. ANIVERSÁRIO DA PMSC

DSTQQSS 05 20

DIA DO TAQUÍ- GRAFO

DSTQQSS 06 21

DSTQQSS 07 22

DSTQQSS 08 23

DIA DA INFANTARIA BATALHA DE TUIUTI

DSTQQSS 09 24

DSTQQSS 10 25

DSTQQSS 11 26

ANIVERSÁRIO DA PMRJ

DSTQQSS 12 27

ANIVERSÁRIO DA PMDF

DSTQQSS 13 28

DSTQQSS 14 29

DSTQQSS 15 30

DSTQQSS 31

CALENDÁRIO DE PLANEJAMENTO

37

MÊS... JUNHO

ANO... 1989....

DSTQQSS 01 16

ANIVERSÁRIO DA
PMMA.

DSTQQSS 02 17

DSTQQSS 03 18

ANIVERSÁRIO DA
1ª CIPM.

DSTQQSS 04 19

DIA NACIONAL
DO MEIO AMBI
ENTE

DSTQQSS 05 20

DSTQQSS 06 21

DSTQQSS 07 22

DSTQQSS 08 23

DSTQQSS 09 24

ANIVERSÁRIO DA
PMPI

DSTQQSS 10 25

Batalha do Ria-
chuelo. ANIVER-
SÁRIO DA PMPE
ANIVERSÁRIO DA
APM

DSTQQSS 11 26

ANIVERSÁRIO DO
CORREIO ÁEREO.
DIA DOS NAMORA
DOS

DSTQQSS 12 27

DSTQQSS 13 28

DSTQQSS 14 29

DSTQQSS 15 30

DSTQQSS 31

CALENDÁRIO DE PLANEJAMENTO

38

MÊS..... JULHO.....

ANO.. 1989....

DIA DO COMERCIANTE.

DSTQQSS 01 16

ANIVERSÁRIO DO CBDF.
DIA DO BOMBEIRO
DIA DO HOSPITAL

DSTQQSS 02 17

DSTQQSS 03 18

DIA DA CARIDADE

DSTQQSS 04 19

DSTQQSS 05 20

ANIVERSÁRIO DA ABRP

DSTQQSS 06 21

DSTQQSS 07 22

DSTQQSS 08 23

DSTQQSS 09 24

DSTQQSS 10 25

DSTQQSS 11 26

DSTQQSS 12 27

ANIVERSÁRIO DA PMGO
ANIVERSÁRIO DO 4º BPM

DSTQQSS 13 28

DSTQQSS 14 29

DSTQQSS 15 30

DSTQQSS 31

CALENDÁRIO DE PLANEJAMENTO

39

MÊS.....AGOSTO.....

ANO...1989.

DSTQQSS 01 16

DSTQQSS 02 17

DSTQQSS 03 18

INÍCIO DA SEMANA DO EXÉRCITO.

DSTQQSS 04 19

DIA DO CARTEIRO

DSTQQSS 05 20

DSTQQSS 06 21

DSTQQSS 07 22

DSTQQSS 08 23

DSTQQSS 09 24

ANIVERSÁRIO DA PMPR.
25- DIA DO SOLDADO.

DSTQQSS 10 25

DIA DO ADVOGADO

DSTQQSS 11 26

DIA DO PSICÓLOGO.

DSTQQSS 12 27

DIA DOS PAIS

DSTQQSS 13 28

DSTQQSS 14 29

ASSUNÇÃO DE N^{SA} SENHORA.

DSTQQSS 15 30

DSTQQSS 31

CALENDÁRIO DE PLANEJAMENTO

40

MÊS..... SETEMBRO.....

ANO . 1989....

Empty calendar box for day 01

DSTQQSS 01 16

Empty calendar box for day 02

DSTQQSS 02 17

SEMANA NACIONAL DO TRÂNSITO

DSTQQSS 03 18

Empty calendar box for day 04

DSTQQSS 04 19

ANIVERSÁRIO DA PMMT

DSTQQSS 05 20

Empty calendar box for day 06

DSTQQSS 06 21

INDEPENDÊNCIA DO BRASIL.

DSTQQSS 07 22

Empty calendar box for day 08

DSTQQSS 08 23

Empty calendar box for day 09

DSTQQSS 09 24

DIA DA IMPRENSA.
CRIAÇÃO DO 11º BPM
25- ANIVERSÁRIO DA PMPA

DSTQQSS 10 25

Empty calendar box for day 11

DSTQQSS 11 26

Empty calendar box for day 12

DSTQQSS 12 27

Empty calendar box for day 13

DSTQQSS 13 28

Empty calendar box for day 14

DSTQQSS 14 29

DIA DA BÍBLIA

DSTQQSS 15 30

Empty calendar box for day 31

DSTQQSS 31

CALENDÁRIO DE PLANEJAMENTO

41

MÊS... OUTUBRO.....

ANO... 1989...

DIA DO DIÁRIO
OFICIAL

DSTQQSS 01 16

DIA DO DENTISTA
18- DIA DO MÉDI
CO

DSTQQSS 03 18

ANIVERSÁRIO DA
CIPOLES

DSTQQSS 04 19

ANIVERSÁRIO DE
CRIAÇÃO DO 10º
BPM

DSTQQSS 05 20

DIA DO LIONS
23- DIA DO AVI
ADOR

DSTQQSS 07 22

DSTQQSS 08 23

ANIVERSÁRIO DA
PMMG

DSTQQSS 09 24

DIA DA CRIANÇA
NOSSA SENHORA
APARECIDA

DSTQQSS 11 26

DSTQQSS 12 27

DIA DO SERVI-
DOR PÚBLICO

DSTQQSS 13 28

DIA DO PROFESSOR

DSTQQSS 15 30

DSTQQSS 31

CALENDÁRIO DE PLANEJAMENTO

42

MÊS NOVEMBRO

ANO 1989

TODOS OS SANTOS

DSTQQSS (01) (16)

FINADOS

DSTQQSS (02) (17)

ANIVERSÁRIO DA PMRS

DSTQQSS (03) (18)

ANIVERSÁRIO DA PMRN.

19- DIA DA BANDEIRA

DSTQQSS (04) (19)

ANIVERSÁRIO DA PMMT

DSTQQSS (05) (20)

DSTQQSS (06) (21)

DSTQQSS (07) (22)

DSTQQSS (08) (23)

DSTQQSS (09) (24)

DIA DO DOADOR DE SANGUE

DSTQQSS (10) (25)

ANIVERSÁRIO DA PMAM

ANIVERSÁRIO DA PMRO

DSTQQSS (11) (26)

ANIVERSÁRIO DO 3º BPM

27- INTENTONA COMUNISTA

27- DIA NACIONAL DE AÇÃO DE GRAÇAS.

DSTQQSS (12) (27)

ANIVERSÁRIO DO 5º BPM

DSTQQSS (13) (28)

DSTQQSS (14) (29)

PROCLAMAÇÃO DA REPÚBLICA

DS · QQSS (15) (30)

DSTQQSS (31)

CALENDÁRIO DE PLANEJAMENTO

MÊS..... DEZEMBRO.....

ANO 1989...

DSTQQSS (01) (16)

DIA DO RP
17 - ANIVERSÁRIO DO LOGI

DSTQQSS (02) (17)

DSTQQSS (03) (18)

DSTQQSS (04) (19)

DSTQQSS (05) (20)

DSTQQSS (06) (21)

DSTQQSS (07) (22)

DIA DA FAMÍLIA

DSTQQSS (08) (23)

DSTQQSS (09) (24)

FESTA DE NATAL

DSTQQSS (10) (25)

DSTQQSS (11) (26)

DSTQQSS (12) (27)

DIA DO MARI-
NHEIRO

DSTQQSS (13) (28)

DSTQQSS (14) (29)

ANIVERSÁRIO DA
PMSP

DSTQQSS (15) (30)

FESTA DE FINAL
DE ANO.

DSTQQSS (31)

ANEXO 02

CALENDÁRIO DE EVENTOSJANEIRO

- 01 ~~Confraternização~~ Universal
01 Aniversário de criação da PMMS - 1979
04 Dia da Abreugrafia
06 Santos Reis
14 Dia do Enfermo
14 Aniversário da Polícia Militar Feminina
17 Dia dos Tribunais de Conta
17 Aniversário do Comando Geral da PM
17 Aniversário do 1º BPM - 1938
17 Aniversário do 2º BPM - 1938
17 Aniversário do Regimento de Polícia Montada - 1980
24 Dia da Previdência Social
25 Dia do Carteiro
27 Dia do Orador
29 Dia do Jornalista

FEVEREIRO

- 01 Dia do Publicitário
03 Aniversário da PMPB - 1832
03 Aniversário da PMAL - 1832
04 Aniversário da 6ª CIPM - 1986
07 Dia do Gráfico
08 Dia do Magistério Militar
13 Dia da Assistência Religiosa
17 Aniversário da PMBA
21 Tomada de Monte Castello - 1945
21 Aniversário da 4ª CIPM - 1983
23 Dia do Rotariano
28 Aniversário da PMSE - 1925

MARÇO

- 07 Dia dos Fuzileiros Navais
13 Aniversário da IGPM
23 Dia do Meteorologista
31 Dia da Integração Nacional
31 Aniversário da Revolução de 1964
31 Aniversário da PMAC - 1974

ABRIL

- 04 Aniversário da PMAM - 1837
- 06 Aniversário da PMES - 1835
- 07 Dia Mundial da Saúde
- 07 Dia do Médico Legista
- 07 Dia do Corretor
- 15 Dia da Conservação do solo
- 15 Aniversário do 7º BPM
- 18 Dia do Livro Infantil
- 19 Aniversário da 5ª CIPM
- 19 Dia do Índio
- 20 Dia do Diplomata
- 20 Dia do Relações Públicas
- 21 Dia de Tiradentes
- 21 Dia das Polícias Militares e Civis
- 21 Aniversário de Brasília
- 21 Dia do Café
- 21 Dia da Inconfidência Mineira
- 22 Dia da Aviação de Caça
- 22 Dia do Descobrimento do Brasil
- 22 Dia da Comunidade Luso-brasileira
- 23 Dia Nacional do Escoteiro
- 25 Dia do Contabilista
- 27 Dia do Sacerdote
- 30 Dia do Ferroviário
- 30 Dia Nacional da Mulher
- 30 Dia da Organização dos Estados Americanos - OEA

MAIO

- 01 Dia do Trabalho
- 05 Dia Nacional das Comunicações
- 05 Criação do 6º BPM
- 05 Aniversário da PMSC - 1835
- 06 Dia do Taquígrafo
- 12 Aniversários da PMRJ - 1809
- 13 Aniversário da PMDF
- 24 Dia da Infantaria
- 24 Batalha do Tuiuti

J U N H O

- 05 Dia Nacional do Meio Ambiente
- 11 Batalha do Riachuelo
- 11 Aniversário da PMPE - 1825
- 11 Aniversário da APM
- 12 Dia dos Namorados
- 12 Aniversário do Correio Aéreo Nacional
- 17 Aniversário da PMMA - 1836
- 19 Aniversário da 1ª CIPM
- 25 Aniversário da PMPI - 1835

J U L H O

- 02 Aniversário do CB DF - 1856
- 02 Dia do Bombeiro
- 02 Dia do Hospital
- 16 Dia do Comerciante
- 19 Dia da Caridade
- 21 Aniversário da ABRP
- 28 Aniversário da PMGO - 1858
- 28 Aniversário do 4º BPM - 1979

AGOSTO

- 05 Dia do Carteiro
- 10 Aniversário da PMPR - 1854
- 11 Dia do Advogado
- 13 Dia dos Pais
- 15 Assunção de Nossa Senhora
- 19 Semana do Exército
- 25 Dia do Soldado
- 27 Dia do Psicólogo

SETEMBRO

- 05 Aniversário da PMMT - 1835
- 07 Independência do Brasil
- 10 Dia da Imprensa
- 10 Criação do 11º BPM - 1988
- 18 Semana Nacional do Trânsito
- 25 Aniversário da PMPA - 1820
- 30 Dia da Bíblia

OUTUBRO

- 01 Dia do Diário Oficial
- 03 Dia do Dentista
- 06 Aniversário de Criação do 10º BPM - 1988
- 08 Dia do Lions
- 10 Aniversário da PMMG - 1831
- 12 Dia da Criança
- 12 Dia de Nossa Senhora Aparecida - Padroeira do Brasil
- 15 Dia do Professor
- 18 Dia do Médico
- 19 Aniversário da CIPOLES - 1987
- 23 Dia do Aviador
- 28 Dia do Servidor Público

NOVEMBRO

- 01 Dia de Todos os Santos
- 02 Dia de Finados
- 04 Aniversário da PMRN - 1836
- 05 Aniversário da PMMT - 1855
- 12 Aniversário do 3º BPM - 1961
- 15 Proclamação da República
- 18 Aniversário da Brigada Militar - 1877
- 19 Dia da Bandeira
- 25 Dia do Doador Voluntário de Sangue
- 26 Aniversário da PMAP
- 26 Aniversário da PMRO - 1975
- 27 Intentona Comunista
- 27 Dia Nacional de Ação de Graças
- 28 Aniversário do 5º BPM - 1973

DEZEMBRO

- 02 Dia Nacional do Relações Públicas
- 08 Dia da Família
- 13 Dia do Marinheiro
- 15 Aniversário da PMSP - 1831
- 17 Aniversário do 1º Grupamento de Incêndio
- 25 Dia de Natal
- 31 Festa de Final de Ano

ANEXO 03

CALENDÁRIO ANUAL DE ATIVIDADES PROMOCIONAIS

1. OPERAÇÃO VOLTA À ESCOLA

a. Identificação

Atividade promocional em nível de público externo, visando a conjugação de esforços na educação e orientação para o trânsito, desenvolvida nos meses de março a novembro, em apoio ao esforço operacional planejado para a segurança do trânsito em frente as escolas e, principalmente nas escolas primárias.

b. Atividades

- 1) Planejamento nos meses de dezembro, janeiro e fevereiro.
- 2) Patrocínio de empresas privadas.
- 3) Realização através da PM/5 e agência de propaganda, com apoio dos meios de comunicação social.
- 4) Lançamento promocional no salão nobre do Comando Geral ou em frente uma escola de alto nível, na data da abertura das atividades escolares - ano letivo.

c. Objetivos

- 1) Estabelecer a comunicação com a comunidade e o público específico.
- 2) Colaborar com a educação para o trânsito.
- 3) Integrar os professores, pais e alunos para a conscientização da problemática e segurança no trânsito.
- 4) Projetar a imagem positiva da Corporação.

d. Peças Empregadas

- 1) Cartazes
- 2) Folhetos
- 3) VT
- 4) Texto para rádio
- 5) Faixas
- 6) Out-Door
- 7) Placas

e. Instrumentos de Relações Públicas

- 1) Banda de música
- 2) Polícia Feminina

2. SEMANA TIRADENTES

a. Identificação

Atividade promocional desenvolvida de 14 a 21 de abril, a nível de público interno e externo, visando homenagear e projetar a imagem do Policial Militar, divulgando suas atividades como profissional e como pessoa, em busca de credibilidade e respeito.

b. Atividades

- 1) Competições esportivas
- 2) Concursos de manografias
- 3) Demonstrações de adestramento
- 4) Patestras, formaturas, entrega de condecorações
- 5) Visitas aos Quartéis

c. Objetivos

- 1) Proporcionar condições para integração policial militar com a comunidade.
- 2) Colaborar para a projeção do Policial Militar
- 3) Homenagear o público interno, colaborando para o engrandecimento da organização.

d. Peças Empregadas

- 1) Cartazes
- 2) Folhetos
- 3) VT
- 4) Texto para rádio
- 5) Faixas
- 6) Out-door
- 7) Placas

e. Instrumento de Relações Públicas

- 1) Banda de Música
- 2) Apresentação do Canil
- 3) Torneio Hípico
- 4) Demonstração do Corpo de Bombeiros

3. OPERAÇÃO " EXPOSIÇÃO AGROPECUÁRIA "

a. Identificação

Atividade promocional para a informação do público externo sobre o esforço operacional que a Corporação realiza no mês de maio com o intuito de mostrar a população as várias frentes de trabalho desenvolvidos pela Polícia Militar.

b. Atividades

- 1) Planejamento no mês de abril
- 2) Lançamento na abertura da Exposição Agropecuária
- 3) Instalação de estande no local apropriado - RP

c. Objetivos

- 1) Estabelecer a comunicação da PM com os diferentes públicos externos.
- 3) Servir como meio de utilidade pública, divulgar as frentes de trabalho e projetar a imagem da Polícia Militar.

d. Peças Empregadas

- 1) Placas
- 2) Folhetos
- 3) Faixas
- 4) VT
- 5) Texto para rádio
- 6) Cartazes
- 7) Out-door

e. Instrumentos de Relações Públicas

- 1) Banda de Música
- 2) Polícia Feminina
- 3) PM SHOW
- 4) Corpo de Bombeiros
- 5) Canil

4. SEMANA DO BOMBEIRO

a. Identificação

Atividade promocional desenvolvida de 25 de junho a 2 de Julho visando homenagear o projetar a imagem do Policial Militar Bombeiro, divulgando suas atividades como profissional e pessoa, em busca de credibilidade e respeito.

b. Atividades

- 1) Competições esportivas
- 2) Concursos de monografias
- 3) Demonstração de adestramento
- 4) Palestras, formaturas, entrega de condecorações
- 5) Visitas aos Quartéis

c. Objetivos

- 1) Proporcionar condições para a integração policial militar a comunidade
- 2) Colaborar para a projeção da imagem do Policial Militar
- 3) Homenagear o público interno, colaborando para o engrandecimento da Corporação.

d. Peças Empregadas

- 1) Cartazes
- 2) Faixas
- 3) Out-door
- 4) Placas
- 5) VT
- 6) Folhetos
- 7) Texto para rádio

e. Instrumentos de RP

- 1) Banda de Música

5. OPERAÇÃO ARAGUAIA

a. Identificação

Atividade promocional para a informação ao público externo (turistas) sobre o esforço operacional que a Corporação realiza / nos meses de Julho e Agosto para dar condições de segurança / nos locais de recreio e lazer.

b. Atividades

- 1) Planejamento nos meses maio e junho
- 2) Lançamento promocional em Aruanã
- 3) Instalação da Central de Comando e Comunicações

c. Objetivos

- 1) Estabelecer a comunicação com a comunidade específica que irá desfrutar do veraneio
- 2) Servir como meio de utilidade pública
- 3) Transmitir a " Sensação de Segurança "
- 4) Projetar a imagem positiva da Corporação

d. Peças Empregadas

- 1) Cartazes
- 2) Folhetos (cartilhas)
- 3) VT
- 4) Texto para rádio
- 5) Faixas
- 6) Out-door
- 7) Placas

e. Instrumentos de Relações Públicas

- 1) Barcos
- 2) Mergulhadores
- 3) Helicóptero

6. SEMANA DA POLÍCIA MILITAR

a. Identificação

Atividade promocional desenvolvida de 21 a 28 de Julho, a nível de público interno, visando o fortalecimento da imagem da Corporação.

b. Atividades

- 1) Formaturas
- 2) Entrega de condecorações
- 3) Competições esportivas
- 4) Demonstração de adestramento
- 5) Concurso de reportagem
- 6) Exposição pública , visitas aos Quartéis, promoções
- 7) Palestras , retretas da banda de música

c. Objetivos

- 1) Proporcionar condições para integração da Polícia Militar com a comunidade
- 2) Projetar a imagem da Corporação
- 3) Mostrar ao público externo o valor da Instituição e o que representa para a sociedade

d. Peças Empregadas

- 1) Folhetos
- 2) Cartazes
- 3) VT
- 4) Out-door
- 5) Placas
- 6) Faixas
- 7) Texto para rádio

e. Instrumentos de Relações Públicas

- 1) Banda de Música
- 2) PM SHOW
- 3) Polícia Feminina
- 4) Demonstrações

7. OPERAÇÃO PAPEL NOEL

a. Identificação

Atividade promocional desenvolvida de 01 a 31 de dezembro, a nível de público interno e externo, visando promover a conjugação de esforços com a parte operacional, a fim de garantir um clima de ordem e segurança para as festas de fim de ano.

b. Atividades desenvolvidas

- 1) Lançamento promocional no salão nobre do CPC
- 2) Participação e apoio aos meios de comunicação social

c. Objetivos

- 1) Proporcionar condições de segurança no comércio
- 2) Proporcionar maior integração entre a PM e os Lojistas
- 3) Aproveitar o espírito natalino para promover as festividades nos Quartéis

d. Peças Empregadas

- 1) Out-door
- 2) Cartazes
- 3) Texto para rádio
- 4) VT
- 5) Placas
- 6) Faixas
- 7) Folhetos

e. Instrumentos de Relações Públicas

- 1) Banda de Música
- 2) PM SHOW
- 3) Demonstração de Ginástica
- 4) Apresentação de mágico
- 5) Apresentação de coral

1. IDADE
 - a. () 15 a 20 anos
 - b. () 21 a 25 anos
 - c. () 26 a 30 anos
 - d. () acima de 30 anos
2. Qual o seu grau de escolaridade?
 - a. () 1º grau
 - b. () 2º grau
 - c. () 2º grau técnico
 - d. () superior
3. Estado civil
 - a. () solteiro
 - b. () casado
 - c. () viuvo
 - d. () desquitado ou divorciado
4. SEXO
 - a. () masculino
 - b. () feminino
5. Qual a sua renda familiar ?
 - a. () um salário
 - b. () 2 salários
 - c. () 3 salários
 - d. () acima de 4 salários
6. Tem parente na Polícia Militar ?
 - a. () sim
 - b. () não
7. Você sabia que a Polícia Militar e a Polícia Civil são organizações diferentes ?
 - a. () sim
 - b. () não
8. Prestaria auxílio à PM para que ela pudesse melhor cumprir a missão ?
 - a. () sim
 - b. () não
9. Sente a falta de policiamento em seu bairro ?
 - a. () sim
 - b. () não
10. Ao notar a presença de policiais militares, você sente:
 - a. () segurança
 - b. () indiferença
 - c. () medo
 - d. () insegurança
11. De uma maneira geral você confia no Policial militar ?
 - a. () sim
 - b. () não
12. O que você achou da criação da Polícia Militar Feminina ?
 - a. () muito boa idéia
 - b. () mulher não pode ser PM
 - c. () veio melhorar o policiamento, porque são mais educadas
 - d. () Gostaria que a Companhia de Polícia Feminina fosse extinta
13. Dos serviços prestados pela PM qual lhe causa melhor impressão e maior satisfação ?
 - a. () trânsito
 - b. () bombeiros
 - c. () rádio patrulha
 - d. () Polícia Feminina
14. O senhor (a) num contato com um PM de serviço, para uma simples informação ou atendimento de uma ocorrência observou no seu comportamento:
 - a. () cordialidade
 - b. () desatenção ou desinteresse
 - c. () má educação e rispidez
 - d. () nada observou de especial

15. Na sua opinião, quando o PM comete falhas ou erros no exercício da sua profissão:
- recebe punição
 - não é punido
 - é punido mas não é divulgado
 - apenas o prejudicado pelo PM toma conhecimento
16. Em sua opinião, como a sociedade vê a figura do policial militar:
- um cidadão comum que exerce a sua função de zelar pela segurança da comunidade
 - uma pessoa investida de autoridade, que utiliza essa condição de maneira errada
 - uma pessoa que mesmo investida de autoridade, não inspira confiança pela forma com que trata o público
 - não tenho opinião formada
17. Na sua opinião, os policiais militares, são bem remunerados, pelos serviços que prestam a sociedade?
- Sim
 - não
18. Na sua opinião, qual é a imagem da Polícia Militar perante a sociedade goianiense ?
- excelente
 - muito boa
 - boa
 - regular
19. Há alguma diferença entre o tratamento da Polícia Militar e Civil
- sim
 - não

Exemplifique:

20. No seu ponto de vista, o que precisa ser feito para que haja uma maior integração entre a Polícia Militar e a sociedade ?

1. Como você vê a Polícia Militar perante a Opinião Pública ?
 aceita
 compreendida
 incompreendida
 ignorada
 apoiada
2. Na sua opinião a nossa PM está plenamente estruturada para atender a missão constitucional ?
 sim não
3. Qual a maior deficiência atual da Corporação que pode está afetando a motivação e o interesse do nosso pessoal, pelo serviço ?
 falta de recursos
 os vencimentos
 ausência de equipamento, fardamento, armamento
 instrução deficiente
 má seleção
4. Na sua opinião, o nosso pessoal está devidamente treinado ou preparado para atender as necessidades do público ?
 sim não
5. Você se preocupa com as necessidades funcionais e pessoais do PM ?
 muito às vezes
 razoável pouco
 não se preocupa
6. Qual o grupo ou classe mais simpática a Polícia Militar ?
.....

7. E a mais antagônica ?
8. Você acha o nível dos nossos oficiais de plena aceitação pela comunidade ?
 sim não
9. Na sua opinião o nosso pessoal, em especial os oficiais procuram ampliar sua visão político-sócio-econômica atual ?
 sim, poucos
 alguns
 nenhum
 não tem opinião a respeito
10. O grau de conhecimento do nosso pessoal em relação a verdadeira missão constitucional, na segurança pública e na segurança nacional ?
 plena
 satisfatória
 deficiente
 inexistentes
 não sabe opinar

11. Na sua opinião a PM deve canalizar esforços para corresponder as expectativas da opinião pública ?
- () sim, bastante
 () sim, porém não muito
 () não precisa se preocupar, pois isso é secundário
 () não deve se esforçar
12. O efetivo de nossa Corporação atende as reais necessidades de segurança da população ?
- () sim, satisfatoriamente
 () razoavelmente
 () deixa muito a desejar
13. O oficial deve participar ativamente de reuniões sociais ?
- () sim () não
14. Você acha o grau de união e participação, entre os oficiais da PM satisfatório ?
- () sim () Não
15. Como você vê a participação da imprensa junto a nossa PM ?
- () necessária () indiferente
 () inconveniente () bastante útil
16. Na sua opinião a realidade política em que vivemos tem gerado necessidades de mudança de comportamento e atitudes do PM ? S () N ()
17. De modo geral você já tomou conhecimento da nova Constituição, principalmente no tocante a PM ?
- () sim () não
17. Você acha que deve ser implantada na PMGO uma política de Assuntos Cívicos (RP), com vistas a melhorar e aprimorar a postura da Corporação na sociedade ?
- () sim () não
18. Você concordaria que houvesse uma maior participação em termos de união de trabalho entre a Polícia Civil e a Militar ?
- () sim () não
19. Qual a sua opinião para melhorar e dinamizar os trabalhos da PM na comunidade ?

20. Você está satisfeito com o trabalho que desenvolve atualmente ?
- () sim () não
- Reservado para opinar

1. Qual o motivo do seu ingresso na Polícia Militar ?
 - a) Vocação
 - b) necessidade
 - c) orientação de parentes ou amigos
 - d) curiosidade
 - e) não sabe precisar
2. A Polícia Militar atende as suas necessidades pessoais?
 sim não
3. Qual o seu relacionamento com os colegas de trabalho ?
 ótimo regular
 bom ruim
4. Sua jornada de trabalho, tem permitido que você dispense a atenção necessária a sua família ?
 sempre raramente
 às vezes nunca
5. Você procura se inteirar antes de entrar de serviço, sobre a missão que vai desempenhar ?
 apenas cumpro a escala
 sempre procuro me inteirar da missão
 Normalmente recebo orientação sobre a missão
 dificilmente recebo orientação sobre a missão
6. como subordinado, você recebe na PM um tratamento adequado por parte dos seus superiores hierárquicos?
 sempre nunca
 às vezes raramente
7. Como você encara o relacionamento com seus superiores na PM ?
 muito bom regular
 bom insuficiente
8. Na sua opinião o que está causando especial insatisfação a você ?
 ausência de meios materiais para cumprir a missão
 vencimentos
 instrução insuficiente
 excesso de trabalho
 falta de apoio dos superiores
9. Qual o seu grau de escolaridade ?
 1º grau 3º grau
 2º grau indique qual dos 3 incompleto
10. Você acha seu trabalho valorizado pela população goianiense ?
 sim não
11. O que o público acha da sua atuação numa ocorrência ?
 critica apoia
 compreende reage
 ignora

12. Na sua opinião qual o conceito que a população tem da PM ? 60
Porque ? _____

13. Você acha fundamental e importante o entrosamento e a participação do PM com o público externo ?

() sim () não

14. Você está satisfeito em servir onde está ?

() sim () não

15. Qual na sua opinião é o serviço que mais lhe agrada ?

() trânsito () Bombeiro
() guarda () administração
() Rádio Patrulha

16. Você gostaria de receber mais instrução de Relações Públicas, relações humanas, para melhorar o seu relacionamento com o público ?

() sim () não

17. O que você sente em relação aos seus superiores ?

() são distantes
() participam
() ignoram seus subordinados
() não se preocupam com os subordinados
() precisa de mais relacionamento humano

18. indicaria a profissão policial militar para algum parente ?

() sim () não

19. ^{Novo} Qual o seu relacionamento com a Companhia de Polícia Militar Feminina ? Você aprova a sua criação ? _____

20. Como você classifica o atendimento interno da sua unidade ?

Rancho

() excelente () bom
() muito bom () regular

Atendimento odontológico

() excelente () bom
() muito bom () regular

atendimento médico

() excelente () bom
() muito bom () regular

1. IDADE
 - a. 20 a 24 anos
 - b. 25 a 29 anos
 - c. 30 a 34 anos
 - d. acima de 35 anos
2. Qual o seu grau de escolaridade
 - a. 1º grau
 - b. 2º grau
 - c. 2º grau técnico
 - d. superior
3. Estado Civil
 - a. solteiro
 - b. casado
 - c. viúvo (a)
 - d. desquitado ou divorciado
4. Sexo
 - a. masculino
 - b. Feminino
5. Qual a sua renda familiar
 - a. até 3 salários mínimos
 - b. até 4 salários
 - c. até 5 salários
 - d. acima de 6 salários
6. Você sabe que a Polícia Militar foi instituída para a manutenção da Ordem Pública e Segurança Interna do Estado ?
 sim não
7. Sabe que a PM executa com exclusividade o policiamento ostensivo, fardado (urbano, trânsito, Bombeiros, Rádio Patrulha, Montado) em todo o Estado de Goiás ?
 sim não
8. Prestaria auxílio a Polícia Militar para ela pudesse melhor cumprir a sua missão constitucional ?
 sim não
9. Qual o grau de entendimento existente entre sua organização e o Serviço de Relações Públicas da Polícia Militar ?
 - a. excelente
 - b. muito bom
 - c. bom
 - d. regular
10. Tem divulgado com frequência os bons serviços prestados pela PM ?
 sim não
11. Você gostaria de uma maior aproximação com a PM no sentido de poder facilitar o desempenho de sua função jornalística ?
 sim não
12. Você sente receio em procurar um policial militar para atender uma ocorrência ou obter alguma informação ?
 sim não
13. Você acha que o soldado da PM está preparado para exercer a profissão de policial militar ?
 sim não
14. Dos serviços prestados pela PM qual o que lhe causa melhor impressão e satisfação ?
 - a. trânsito
 - b. bombeiros
 - c. rádio patrulha
 - d. Polícia Feminina

15. Num contato com um PM de serviço, para uma informação ou atendimento a uma emergência observou no seu comportamento:
- a. cordialidade
b. desatenção
c. má educação ou rispidez
d. nada observou anormal
16. Em linhas gerais você vê o PM como ?
- a. grosseiro
b. violento
c. mal educado
d. gentil e educado
e. desinteressado e desatento
17. Na sua opinião, quando o PM comete falhas ou erros no exercício de sua profissão:
- a. recebe punição
b. não é punido
c. é punido, mas não é divulgado
d. apenas os prejudicados pelo PM tomam conhecimento
18. Em sua opinião, como a sociedade vê a figura do Policial militar:
- a. um cidadão comum que exerce sua função de zelar pela segurança da comunidade
b. uma pessoa investida de autoridade, que utiliza essa condição de modo errado
c. uma pessoa mesmo investida de autoridade, não inspira confiança pela forma que trata o público
d. não tem opinião formada
19. No seu ponto de vista, o que precisa ser feito para que haja uma melhor integração entre a Polícia Militar e a sociedade ?
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
20. Na sua opinião os Policiais Militares, são bem pagos pelos serviços que prestam a sociedade ?
- a. sim
b. não
c. não tenho opinião a respeito

1. Idade
 - a. () 10 a 15 anos
 - b. () 16 a 20 anos
 - c. () 21 a 25 anos
 - d. () acima de 25 anos
 2. SEXO
 - a. () masculino
 - b. () feminino
 3. Tem parentes na Polícia Militar ?
 - a. () sim
 - b. () não
 4. Você sabe que a Academia de Polícia Militar, localizada no alto do setor Universitário, é uma escola de formação de sargentos e Oficiais?
 - a. () sim
 - b. () não
 5. Tem conhecimento de que todos os anos são abertas inscrições para os diversos cursos de formação de pessoal para a Polícia Militar ?
 - a. () sim
 - () não
 6. Você sabe como funciona a hierarquia da PM, ou melhor sabe distinguir um soldado, cabo, sargento, tenente, capitão, major, coronel ?
 - a. () sim
 - b. () não
 7. Você sabia que a PM oferece vários cursos para preenchimento nos seus quadros e que o aluno tem atendimento médico-odontológico, alojamento fardamento, salário e alimentação gratuitamente ?
 - a. () sim
 - b. () não
 8. Você gostaria de ingressar na PM e ter o futuro garantido ?
 - a. () sim
 - b. () não
 9. Você sabia a que a PM foi criada para garantir a segurança das pessoas?
 - a. () sim
 - b. () não
 10. Prestaria auxílio à Polícia Militar para que ela pudesse melhor cumprir a sua missão ?
 - a. () sim
 - b. () não
 11. Você já necessitou dos serviços da PM ?
 - a. () sim
 - b. () não
 12. Você conhece algum quartel da Polícia Militar ?
 - a. () sim
 - b. () não
 13. Percebe a ação da Polícia Militar nas imediações da sua escola ?
 - a. () sim
 - b. () não
 14. Sabe distinguir uma viatura da PM com uma viatura da Polícia Civil ?
 - a. () sim
 - b. () não
 15. Você sabia que a PM dispõe de um serviço de atendimento durante as 24 horas por dia (COPOM), através do telefone 190 ?
 - a. () sim
 - b. () não
 16. Sabia que o elevado número de trotes atrapalha o nosso atendimento e que você poderá ser uma vítima ?
 - a. () sim
 - b. () não
 17. Ao notar a presença de um policial militar, você sente:
 - a. () segurança
 - b. () insegurança
 - c. () medo
 - d. () indiferente
-

18. A profissão policial militar lhe parece:
- a. () perigosa b. () normal como qualquer outra
c. () emocionante d. () não tem opinião
19. Você sabia que o Corpo de Bombeiros faz parte da Polícia Militar ?
- a. () sim b. () não
20. Como você vê a presença das policiais femininas nas ruas?
- a. () uma boa idéia
b. () Mulher não pode ser policial
c. () veio melhorar o policiamento, porque são mais educadas
d. () Gostaria que a Companhia de Policiais femininas fosse extinta

ANEXO 05

LISTA DE VERIFICAÇÃO PARA REUNIÃO

1. ANÁLISE DA SITUAÇÃO

a. Audiência

- 1) Quantos são os participantes ou membros ?
- 2) Natureza
 - a) Quem compõe a audiência ?
 - b) Há somente uma força envolvida
 - c) Há mais de uma força envolvida ? Civis ? Estrangeiros ?
 - d) Quais os postos, posição hierárquica e graduação dos membros ?
 - e) Quais são suas posições e funções Oficiais ?
 - f) Onde foram designados ?
 - g) Quanto ao conhecimento profissional sobre o assunto possuem ?
 - h) Possuem eles conhecimentos gerais ou são especialistas ?
 - i) Quais são os seus interesses ?
 - j) Preferências pessoais ?
- 1) Que reação pode ser prevista à realização da conferência ou assunto da mesma ?

b. Propósito e Tipo

- 1) É uma reunião de informação ?
- 2) É uma reunião de decisão (para obter uma decisão) ?
- 3) É uma reunião de Estado Maior (para intercâmbio de informações)?
- 4) É uma reunião para esclarecimento da missão (para revisão de detalhes importantes)?

c. Assunto

- 1) Qual o assunto específico?
- 2) Quanto e até que ponto o assunto deve ser abordado ?
- 3) Quanto de tempo deve ser previsto ?

d. Instalações

- 1) Onde deve a reunião ser realizada ?
- 2) Que ligações e coordenações são necessárias ?
- 3) Quais são as deficiências ?
- 4) Quais os meios auxiliares e outros materiais necessários ?
- 5) Quais as providências a adotar para eliminar as deficiências ?

2. PROGRAMAÇÃO DOS TRABALHOS PREPARATÓRIOS

- a. Análise completa da situação
- b. Preparo do esboço preliminar
- c. Determinação das necessidades de meios auxiliares de instrução auxiliares (monitores), datilógrafos, tradutores e todo pessoal necessário ao apoio da reunião.

- d. Edital ou convocação ou ambos
- e. Programação dos ensaios (instalações e críticas)
- f. Dispositivo para inspeção final pela autoridade responsável

3. PLANO DE REUNIÃO

a. Reunião do material

- 1) Pesquisa
- 2) familiarização com o assunto
- 3) Reunião de opiniões autorizadas e de fatos

b. Preparação do esboço inicial

- 1) Definição do problema (quando necessário)
- 2) Identificação dos pontos capitais (fatos)
- 3) Levantamento de linhas de ação
- 4) Estabelecimento de vantagens e desvantagens. Análise e comparação
- 5) Apresentação de uma conclusão ou recomendação ou propostas
- 6) preparação de um esboço da situação
- 7) Inclusão de meios auxiliares visuais
- 8) Complementação do material apropriado necessário
- 9) Inspeção pela autoridade responsável

c. Revisão e primeira publicação do plano

- 1) Assegurar-se que os fatos são importantes e necessários
- 2) Inclusão de todos os fatos ou dados necessários
- 3) Previsão e inclusão de respostas a possíveis perguntas
- 4) Verificação e retoques finais do material

d. Plano para utilização dos Meios Visuais

- 1) Verificação da simplicidade - facilidade de leitura e entendimento
- 2) Estabelecimento de métodos para utilização

e. Prática

- 1) Ensaio (com auxiliares e meios visuais)
- 2) Aprimoramento
- 3) Seleção dos pontos capitais
- 4) Elaboração de um esboço para memória
- 5) Estabelecimento de alternativas
- 6) Emprego de palavras precisas e características

4. REALIZAÇÃO DA REUNIÃO

a. Postura

- 1) Atitude militar, gestos, maneirismos
- 2) Movimentos significativos

b. Voz

- 1) Tom
- 2) Volume
- 3) Variedade (modulação)
- 4) Velocidade
- 5) Pronúncia

c. Atitude

- 1) Metódica ou sistemática (procedimento militar)
- 2) Prestimosa
- 3) Humor natural
- 4) Confiante
- 5) Resposta às questões ou perguntas

5. CONTINUIDADE

- a. Assegurar o entendimento
- b. Registrar as decisões
- c. Informar ou participar às autoridades apropriadas

ANEXO 06

NORMAS PARA AS RELAÇÕES ENTRE A POLÍCIA MILITAR E A IMPRENSA

1. FINALIDADE

Orientar o relacionamento entre a Polícia Militar e a Imprensa.

2. OBJETIVOS

- a. Possibilitar um maior intercâmbio a Corporação e os órgãos de Imprensa.
- b. Estabelecer normas para o acesso dos jornalistas junto aos órgãos da PM.
- c. Criar ambiente de mútua cooperação entre a PM e os órgãos de Imprensa.
- d. Obter o apoio dos órgãos de imprensa para as operações de manutenção da ordem pública.
- e. Apoiar os órgãos de imprensa no trabalho de esclarecimento e formação da opinião pública.
- f. Fornecer subsídios para o ensino e instrução sobre divulgação para o fiel cumprimento das DGEI da IGPM.

3. OPINIÃO PÚBLICA

- a. A opinião pública é formada através da comunicação de uma opinião individual pelos meios de comunicação disponíveis em tal intensidade e volume estabelecendo uma corrente capaz de identificar-se no tempo e no espaço.
- b. A opinião pública é mutável e varia conforme as circunstâncias que se apresentam.
- c. Entre os diversos elementos formadores da opinião pública /// destacam-se os veículos formadores da opinião pública comunicação de massa que são aqueles que tem por objetivo levar informações aos diversos grupos indistintamente, exercendo uma influência ampla em todas as camadas sociais.
- d. Os principais veículos de comunicação de massa são: a televisão, o rádio e o jornal, nominados nestas diretrizes como ImPRENSA.

4. B O A T O

- a. Uma das técnicas psicológicas mais difíceis de se controlar é o boato.
- b. O boato gera a intranquilidade, a insatisfação e o conflito social.
- c. O boato se espalha com rapidez incrível, e pode ser utilizado indiscriminadamente por pessoas ou grupos interessados em estabelecer a desordem e, até mesmo, a subversão.
- d. O boato é criado, muitas vezes, pela difusão imprecisa de da-

dos ou pela má interpretação de textos ou decisões distribuídos sem os devidos cuidados.

- e. O boato precisa ser coibido e a melhor maneira de fazê-lo é divulgando as notícias corretamente, informando amplamente a imprensa.
- f. Se o jornalista não consegue informações suficientes para formar juízo (opinião individual), ele difundirá uma idéia parcial com os poucos dados obtidos, formando uma corrente de opinião contrária aos interesses administrativos,
- g. Entretanto, se a Corporação difundir amplamente, esgotar o assunto, terá condições de analisar o texto impresso, avaliar o gabarito do jornalista e a tendência do órgão emissor.
- h. Com o perfeito entendimento da missão jornalística poderá a // Corporação difundir dados suficientes para conhecimento do fato e sua consequência na divulgação.

5. JORNALISTA

- a. É o profissional que exerce habitualmente, e de forma remunerada, atividades de imprensa que lhes são privativas e definidas em lei.
- b. O Decreto-Lei nº 972-69 regula a profissão de jornalista.
- c. O art. 2º do citado Decreto-lei estabelece as atividades profissionais do jornalista.
- d. O art. 3º define o que é empresa jornalística.
- e. O art. 6º classifica as funções de jornalista, como empregado.
- f. Os art. 1º, 2º, 3º, 6º e 8º do Decreto-lei nº 972-69 versam sobre o assunto.

6. LEI DE IMPRENSA

- a. A Lei Federal nº 5.250/67 regula a liberdade de manifestação do pensamento e de informação.

7. LEI DE SEGURANÇA NACIONAL

- a. O Decreto-lei nº 898/69 define os crimes contra a segurança nacional, a ordem política e social, estabelece seu processo e julgamento e dá outras providências.

8. NOTÍCIA

- a. A comunicação de massa tem entre outras, características de ser pública, rápida e transitória.
- b. A notícia deve ser divulgada com urgência, caso contrário o fato perderá " O INTERESSE JORNALÍSTICO ".
- c. Por isso o reporter procura, ao saber da ocorrência, o setor que lhe dá as informações mais rápidas, não estando, o mais das vezes, interessado na precisão dos dados.
- d. Daí observamos constantemente a publicação de notícias inverídicas, distorcidas ou, simplesmente, imprecisas.

- e. Há necessidade de fornecer os dados prontamente.
- f. Os dados essenciais, no campo policial militar, para difusão, são:
- 1) Data (hoje ou ontem)
 - 2) Local (rua, nº, bairro, cidade)
 - 3) Hora
 - 4) Breve histórico da ocorrência
 - 5) Guarnições no local: (guarnições da PM que estão atendendo a ocorrência).
 - 6) Nomes dos Pms que estão atendendo a ocorrência, e principalmente
 - 7) Nomes das vítimas, dos indiciados e das testemunhas
- g. Um livro sobre jornalismo ensina para o repórter-policial:
- 1) Estude a organização militar, seus regulamentos e leis. Quanto mais você souber sobre ela mais fácil terá acesso às suas fontes de informações.
 - 2) Conheça a substância do Direito Penal, de modo a poder "Entender" os registros e laudos técnicos e, conseqüente- / mente, "descrever" com segurança o fato.
 - 3) Jamais faça suposições sobre um fato ou caso em andamento.
 - 4) Faça-se conhecido dos principais membros da Polícia, como Comandantes, delegados, comissários, agentes e detetives, que são ótimos contatos e fontes permanentes de informação
 - 5) Aprenda a avaliar a linguagem (gíria) da Polícia e dos marginais, para com eles melhor se "entender" durante o seu trabalho.
 - 6) Aprenda a avaliar as notícias em razão da importância dos nomes das pessoas envolvidas, direta ou indiretamente - e também dos lugares onde o fato ocorrer. Lembre-se: tanto / mais próximo ocorrer o fato, maior interesse despertará no leitor.
 - 7) Ao sentar-se para escrever, conserve a cabeça fria e a mente alerta. Não se deixe envolver nem suggestionar pelo mistério, ou a excitação, que sempre se sucedem a determinados episódios.
 - 8) Ao ser mandado cobrir um fato policial você deverá obter:
 - a) Nomes completos, apelidos e idade dos envolvidos: vítimas, testemunhas, suspeitos autores.
 - b) Local, data e hora em que ocorreu o fato
 - c) Causas: da morte e, ou extensão dos ferimentos e os objetos ou armas usados para produzi-los.
 - d) Posição social, títulos, educação.

- e. Residências
- f. Nomes de parentes
- g. Carteira profissional
- h. Vida pregressa. Hábitos
- i. Vida social: clubes e entidades a que pertencem os envolvidos
Passatempos. Escolas frequentadas, etc.
- j. Fotos da vítima.

9. DIVULGAÇÃO

- a. Conceito: é a técnica de transmitir e tornar conhecidas informações, sugestões e idéias.
- b. Divulgar é um dever de qualquer organização pública para demonstrar ao contribuinte o que é feito em seu benefício e para obter o seu apoio em qualquer circunstância.
- c. A divulgação esclarece a opinião pública e possibilita um perfeito entendimento entre autoridades e a população.
- d. A Inspetoria Geral das Polícias Militares (IGPM) recomenda através das Diretrizes Gerais de Ensino e Instrução, entre as idéias básicas, a seguinte:

" Divulgação"

- Trata-se de um recurso que, bem orientado poderá ajudar substancialmente as Corporações Policiais-Militares no cumprimento de suas tarefas, fortalecendo-lhes o moral, criando-lhes uma imagem favorável perante a opinião pública.
- e. As IP45-1 Relações Públicas, do Exército, citam:

1) Público em geral

Constitui o grande cliente, de características heterogêneas devendo ser informado e esclarecido de maneira correta e imparcial. Para o relacionamento, deverão ser escolhidos instrumentos que propiciem maior penetração.

2) Imprensa

As relações com a imprensa devem ser fecundas e constantes. Jornalistas, locutores e repórteres, devidamente credenciados, devem receber dos elementos de RP todas as informações que não impliquem em questões de segurança; o trabalho dos profissionais de imprensa deve ser prestigiado e incentivado, sem o que não poderá conseguir reciprocidade de tratamento.

10. SALA DE IMPRENSA

A Sala de Imprensa é um "valioso Instrumento" e se destina, principalmente, à orientação da população nos casos de ameaças e possíveis ações que possam perturbar a vida normal da população, principalmente aquelas consideradas como calamidades (tempestades, etc).

- b. Para conseguir alcançar estes objetivos há necessidade de se obter o apoio das empresas jornalísticas, incluindo-se as emissoras de rádio e de televisão. O Apoio das empresas será obtido na proporção que a Corporação apoia os profissionais de imprensa que operam junto aos seus órgãos ou unidades.
- c. Compete, portanto, à sala de imprensa:
- 1) A divulgação de notícias de interesse para a população, bem como das notas oficiais do Comando e das informações de caráter público.
 - 2) A coordenação, orientação e redação, dentro da técnica // jornalística de todas as notícias que devem ser transmitidas aos órgãos de comunicação.
 - 3) A coordenação dos trabalhos dos setoristas e noticiarista orientando-os sobre ocorrências registradas no Centro de Operações da Polícia Militar (COPOM).
 - 4) A coordenação de entrevistas, coletivas ou não, assessorando tecnicamente a autoridade que esteja sendo entrevistada.
 - 5) Opinar, tecnicamente, a estruturação do programa, campanhas, etc.
 - 6) Manter arquivos de dados sobre órgãos de imprensa, diretores, jornalistas, funcionários, produtores, etc.
 - 7) Manter intercâmbio com órgãos congêneres e estreito contato com a imprensa escrita, falada e televisada.
 - 8) Proceder a estudos e constante atualização de métodos e técnicas.
- d. É permitido a qualquer empresa jornalística manter repórter de setor (setoristas) operando em caráter permanente na Sala de Imprensa.
- e. Os equipamentos necessários, tais como, transmissores, telefone particular, etc, serão providenciados pela empresa interessada.
- f. A PM reservará dentro das possibilidades uma cabine para cada empresa. As cabines são de dois tipos:
- 1) Fechadas, para emissoras de rádio e TV.
 - 2) abertas, para jornais.
 - a) Se a organização tiver mais de um órgão de imprensa, terá direito a apenas uma cabine.
 - b) Se a organização tiver emissoras e jornais, terá direito a cabine fechada.
- g. O credenciamento dos jornalistas para atuar permanentemente,

na sala de imprensa ou junto aos demais órgãos e unidades da PM será procedido conforme normas estabelecidas adiante.

- h. A subseção de divulgação manterá na sala de Imprensa, pessoal / treinado para captar notícias e facilitar o trabalho dos profissionais.

11. CREDENCIAMENTO

- a. O jornalista que desejar trabalhar junto à sala de Imprensa, em caráter permanente deverá solicitar, através de sua empresa ao Exmº Sr Comandante Geral da PM, o seu credenciamento.
- b. O ofício de solicitação em papel timbrado da Organização a que pertence, assinado por um diretor e pelo secretário da redação, acompanhado de 3 fotografias 3x4, deverá conter os seguintes dados:
- 1) Nome do interessado
 - 2) Número do RG
 - 3) Número do CIC
 - 4) Número do registro do Jornalista profissional no MTPS
 - 5) Filiação
 - 6) Data do nascimento
 - 7) Naturalidade
 - 8) Nacionalidade
 - 9) Estado civil
 - 10) Endereço residencial
 - 11) Endereço da Empresa
- c. A concessão da credencial será a critério do Comando, mediante informação dos órgãos competentes e por tempo limitado para cada caso.
- d. O credenciamento será para o jornalista trabalhar junto às guarnições da Polícia Militar, compreendendo-se a expressão guarnição de forma ampla (desde a viatura até o quartel), // desde que não prejudique as investigações ou inquérito Policial ou IPM e não interfira nos assuntos de segurança nacional.
- e. As autoridades policiais militares deverão colaborar com o jornalista credenciado para o desempenho de sua missão jornalística.
- f. qualquer irregularidade observada pela autoridade policial / militar ou pelo jornalista deverá ser imediatamente comunicada à seção de Assuntos Cíveis por intermédio da sala de imprensa do Comando Geral.
- g. Será cassada sumariamente a credencial, do jornalista que es

tiver fazendo uso indevido dela que procurar prejudicar os serviços policiais militares valendo-se desse documento.

- h. O jornalista credenciado deverá exhibir, sempre que solicitado, a respectiva credencial para verificação de sua validade.
- i. Se a verificação da validade da credencial, a autoridade policial militar constatar o vencimento do prazo, deverá reter o documento e encaminhá-lo ao Comando Geral - PM/5.
- j. O chefe do setor de difusão abrirá e manterá uma pasta reservada para cada jornalista, formando uma carteira que deverá conter tudo que se relacione às suas atividades, incluindo-se o ofício de solicitação de credenciamento e os despachos decorrentes e uma fotografia.
- k. A renovação da credencial será feita mediante solicitação da empresa e desde que a credencial anterior tenha sido devolvida até 24 horas após o vencimento de sua validade.
- l. A empresa poderá, querendo, solicitar a renovação em qualquer época, inclusive a partir dos últimos 30 dias antes do vencimento da credencial em vigor.
- m. Para o jornalista que não trabalhe como repórter de setor ou seja, em caráter permanente junto à PM, NÃO HÁ necessidade de credencial, bastando, para execução de sua missão, a apresentação / de documentos idôneos que comprovem a legitimidade do exercício profissional.
- n. QUALQUER jornalista tem livre trânsito junto à sala de imprensa salvo os casos específicos e declarados por ordem do Comandante Geral.

12. INFORMAÇÃO JORNALÍSTICA

- a. Informação jornalística é a simples transmissão de dados concretos sobre um fato de interesse geral **sem conter** a opinião do informante.
- b. Toda unidade poderá fornecer dados sobre fatos ocorridos, ou seja, sobre ocorrências policiais diretamente aos jornalistas de suas relações, desde que:
 - 1) Tenha sido o fato antes comunicado a sala de imprensa da PM/5
 - 2) Não envolva assunto sigiloso.
 - 3) Não seja assunto relativo à segurança nacional ou segurança / interna.
 - 4) Não contenha dados sobre organização e distribuição pormenorizada de efetivo, material e armamento.
 - 5) Não seja assunto alheio à atividade da Unidade.
 - 6) Não haja ordem expressa para não divulgação.

- c. Quando houver dúvida sobre a gravidade da ocorrência deverão ser consultados os órgãos competentes (P/2, PM/2 ou PM/5) que providenciarão sobre a liberação ou não da informação.
- d. O COPOM divulgará as suas atividades EXCLUSIVAMENTE através da sala de imprensa.
- e. A não observância destas normas acarretará responsabilidades disciplinares ou penais, dependendo da gravidade e dos efeitos dos atos praticados.
- f. Os Comandantes, subcomandantes e P/5 das Unidades são responsáveis pela fiel observância destas normas.
- g. É vedado o envio de NOTA DE IMPRENSA diretamente aos jornais e emissoras de audiência estadual ou nacional.
- h. As notas de imprensa devem ser enviadas ao CG, para difusão através da sala de imprensa.
 - 1) Igualmente deve ser comunicado ao CG, com relativa antecedência, as operações que serão desenvolvidas e que tenham interesse jornalístico.
 - 2) As notas sobre festividades deverão começar a ser divulgadas ou melhor, enviadas ao CG 30 dias antes do evento, para serem divulgadas progressivamente com a finalidade de criar um clima promocional em torno do acontecimento.
- i. É permitido o envio de NOTA DE IMPRENSA diretamente aos jornais e emissoras de audiência regional (bairro da capital e cidades do interior).
- j. Os Comandos deverão estimular o relacionamento com os órgãos de imprensa regional.

13. ENTREVISTA JORNALÍSTICA

- a. Entrevista jornalística é a atividade formal pela qual um jornalista (entrevistador) ouve uma autoridade policial militar sobre qualquer assunto, profissional ou não, e que via de regra, contém a opinião da autoridade. Sempre que possível a autoridade deverá se eximir de dar opinião pessoal e, se ater, apenas, a opiniões profissionais, técnicas ou funcionais.
- b. É vedado a qualquer oficial ou praça da Corporação conceder entrevista, entendida pela definição acima, a qualquer órgão de imprensa, de audiência estadual ou nacional, sem estar expressamente autorizado.
 - 1) Não se enquadra neste item entrevistas que se destinem a promover solenidade cívica ou a promover o alistamento para a Corporação, que poderão ser concedidas sem autorização prévia, bastando, apenas comunicar ao CG a sua execução de tal atividade.

2. Tais entrevistas deverão ser, simplesmente, o esclarecimento de fatos, não devendo conter opiniões.
- c. É permitido a qualquer oficial conceder entrevista a qualquer órgão de imprensa regional, desde que esteja autorizado pelo respectivo Comandante.
 - d. EM QUALQUER CASO é expressamente vedado opinar pela imprensa sobre assunto político-administrativo ou da alçada de escalão superior.
 - e. É proibido , também:
 - 1) estabelecer polêmica com outras autoridades.
 - 2) Participar de debates pela imprensa sem estar autorizado.
 - f. O Comandante Geral, no âmbito da Corporação, e os Comandantes de Unidades, nas respectivas jurisdições, designarão, por orientação da 5ª Seção, as autoridades Policiais Militares para prestarem informações técnicas ou especializadas.
 - g. Para melhor informar e esclarecer à opinião pública, disporá / de uma assessoria especial para cada caso, convocando as autoridades Policiais Militares necessárias.

14. ESCLARECIMENTO JORNALÍSTICO

- a. Esclarecimento jornalístico é o instrumento pelo qual a Polícia Militar fornecerá aos órgãos interessados dados corretos so bre publicações unilaterais ou imprecisas.
- b. O esclarecimento ou desmentido deve ser feito prontamente, den tro de um prazo de no máximo 48 horas, contado de publicação a publicação.
- c. O esclarecimento retardado apresenta mais prejuízos que vantagens.
- d. Para que se possa esclarecer a opinião pública a Unidade que for envolvida em notícia tendenciosa deverá, prontamente preparar a NOTA esclarecedora e encaminhá-la em caráter urgenti simo ao CG em qualquer hora do dia ou da noite. Se necessário e possível, a nota deverá acompanhada de um relatório minuncio so. Se não for possível, o relatório deverá ser enviado em seguida.
- e. Paralelamente, e em cumprimento de suas atribuições, a 5ª Seção preparará expediente do EM solicitando os esclarecimentos sobre o fato. No caso da Unidade receber o memorando do CG, já tiver providenciado o esclarecimento, não levará em consideração o mesmo.
- f. A OPM não deverá entender o pedido de esclarecimento como instrumento disciplinar o que, quando for o caso, será objeto de outro documento.

O que se pretende é a maior coleta de dados possíveis para evitar deturpações propositivas ou não.

g. O esclarecimento deverá ser o mais amplo possível.

ANEXO 07

DIRETRIZES PARA ATENDIMENTO
TELEFÔNICO NA POLÍCIA MILITAR

1. FINALIDADE

Fixar normas para padronizar o atendimento telefônico na PM

2. OBJETIVOS

- a. Difundir a Polícia Militar através do simples atendimento telefônico
- b. Melhorar o padrão de atendimento do público pelo telefone
- c. Melhorar a utilização dos sistemas PBX e PABX
- d. Fornecer subsídios para o desenvolvimento da instrução da Tropa

3. SITUAÇÃO

- a. O telefone é um importante veículo de divulgação da Polícia Militar
- b. O atendimento do público por telefone tem deixado muito a desejar, provocando, muitas vezes, irritação desnecessária no contribuinte e mesmo dentro da própria instituição.
- c. O uso das centrais telefônicas tem sido deficiente e há necessidade de um melhor aproveitamento.

4. REPRESENTAÇÃO

- a. É todo ato individual ou coletivo do pessoal ou Unidade da Corporação que venha refletir ou possibilitar sua projeção junto à comunidade.
- b. Desde o mais simples contato privado de um soldado até o mais solene ato em que esteja presente o Comando, deve ser minuciosamente preparado, planejado. Todo e qualquer serviço da Corporação deve ser executado com esmero, pois a menor falha poderá por em risco seu conceito, destruindo todo o esforço anterior de construção da imagem.
- c. Igualmente nos quartéis e destacamentos, o contribuinte deverá ser recebido e atendido com rapidez, eficiência e CORTESIA. Deve haver um sistema montado de modo que a recepção só o faça deslocar-se depois de assegurar-se da autoridade (ou seção) que o atendimento será rápido e sem problemas. Esta autoridade, recebendo o cidadão, deverá se empenhar para que ele seja atendido ali e o seu caso ou processo venha ao seu encontro.

5. TELEFONE

- a. É impossível tratar devidamente de Relações Públicas sem fazer um estudo relativo ao telefone. A Polícia Militar deve ter na atualidade, o mesmo nível a que chegaram as grandes empresas ci -

vis. A Polícia Militar não consiste apenas num número de homens responsáveis pelo policiamento ostensivo do Estado. Até as pequenas Unidades (ou destacamentos) possuem diversos empregados alguns até civis, encarregados da parte administrativa, das comunicações e dos telefones.

- b. O telefone pode ser aproveitado para melhorar as relações com o público. Procure fazer uma chamada para algumas empresas, a um hotel, a uma companhia de seguros, a uma grande indústria, etc. Observe a cortesia com que se atende a um chamado telefônico. Poucas vezes se escutará uma resposta brusca por parte de uma pessoa mal-humorada que esteja do outro lado. O mais provável é que o operador, o empregado ou vendedor que o atenda, transmita, pelo fio a sensação de que deseja ser útil. A voz estará bem modulada, a linguagem cortez e você terá a impressão de que o interlocutor é sincero, confiante e amigo.
- c. Quando alguém chama uma Unidade Policial Militar para registrar uma queixa ou transmitir uma ocorrência, deve ser tratado de forma idêntica. Ainda que alguém seja descortês, irascível e exagere sua inquietação, a pessoa que escuta deve permanecer tranquila, equânime e solícita.
- d. Quando um cidadão procura a polícia por telefone, quase sempre se trata de assunto muito importante para ele. Muitas vezes é uma chamada de emergência. Para o policial militar pode ser coisa de rotina, uma chamada como mil outras que já atendeu anteriormente mas para o cidadão não será rotina. Pode ser um antigo cidadão da localidade mas que nunca tenha precisado da polícia. Para ele se trata de um incidente de importância, não de uma coisa insignificante.
- e. A Polícia Militar existe para servir ao público e quando alguém a procura ela tem a obrigação de atender prontamente, através de um serviço rápido, eficiente e cortês.
 - 1) Quando na rua um cidadão se aproxima de um policial militar, pode ter uma boa impressão do aspecto do mesmo, de seu sorriso, da maneira de usar o uniforme, de sua correção. Se fala por telefone não pode avaliar aquilo que não vê. Então, é a voz do policial militar o fator principal de que valerá a Corporação para estabelecer boas relações com o público.
- f. O policial militar deve falar com clareza e sua voz deve ser a própria de uma pessoa sincera, interessada no que ouve e compreensiva.
 - 1) O telefone deve ser atendido imediatamente e, se possível, logo à primeira chamada. Não se deve, entretanto, tomar o aparelho

enquanto se está fazendo alguma coisa. Uma vez que se pega no telefone, deve iniciar-se, imediatamente, a conversação. A pessoa, que atende deve identificar a Organização de forma adequada. O cidadão precisa sentir que quase todos os tipos de socorro que ele recebe, são feitos pela Polícia Militar. A Corporação precisa ser tida como um todo, uno, indivisível. O cidadão precisa sentir-se seguro e, também, que a Polícia Militar está capacitada para lhe oferecer esta segurança.

- 2) Quando o telefone chamar, a resposta deve ser, simplesmente POLÍCIA MILITAR, ÀS SUAS ORDENS. Isto é suficiente e eficiente. Se o cidadão desejar se certificar de que setor está sendo atendido ele mesmo perguntará: é da rádio patrulha ? ou é do 1º BPM ? , Verifique que em alguns segundos foi falada por duas vezes a expressão POLÍCIA MILITAR.
- 3) Quando o mesmo cidadão procurar outro setor, ouvirá por mais duas vezes a expressão POLÍCIA MILITAR, o que irá se transformando numa expressão popular, conhecida. Observe-se que no caso da resposta à expressão Rádio Patrulha foi dada a resposta COPOM, também para que o cidadão se acostume à nova nomenclatura. É preciso que todos os públicos se acostumem às novas nomenclaturas, // por exemplo:
 - Toque telefônico...
 - Polícia Militar, às suas ordens.
 - É da Polícia Feminina ?
 - Perfeitamente, é da Companhia de Polícia Feminina da Polícia Militar.
 - Toque telefônico
 - Polícia Militar às suas ordens.
 - Comunicações?
 - Exato, é do Serviço de Comunicações da Polícia Militar.
 - Toque telefônico
 - É da delegacia ?
 - É do destacamento Policial Militar de Cristalina.
 - etc, etc, etc.
- h. Pedimos atenção para o slogan "ÀS SUAS ORDENS", que coloca a Polícia Militar como uma organização para SERVIR.
- i. Os telefones das Unidades da PM são instrumentos constantemente em uso. Podem tocar a qualquer momento. Assim, o telefonista deve estar preparado para atender o mais rápido possível. O aparelho deve estar colocado em lugar apropriado para ser facilmente alcançado. O telefonista deve ter lápis e papel à mão. Não justifica a expressão aguarde um minuto, vou pegar lápis ou papel...

- 1) Resposta como: "aguarde um momento enquanto arrumo aqui" ou não ouço bem, deixe-me fechar a porta, ressoam mal ao interlocutor.
- 2) Entre os costumes mais deploráveis observados nas chamadas telefônicas, a que mais irrita é a passagem do aparelho de mão em mão.
- 3) Pouco se avança no esforço de Relações Públicas quando aquele que procura ajuda é jogado desnecessariamente de uma seção para outra, de uma Unidade para outra ou de uma organização para outra.
- 4) O primeiro policial que atender o telefone deve fazer todo possível para resolver o assunto até a sua conclusão.
- j) Fixemo-nos por um momento neste lamentável costume de ir passando o telefone de um para outro, do ponto de vista do cidadão. O cidadão pode estar favorável ou desfavorável disposto para com a Polícia Militar.
 - 1) Num momento, ele tem necessidade de chamar a Corporação para tratar de um incidente que ele considera muito importante.
 - 2) Encontra o número na lista telefônica e faz a chamada,
 - 3) O telefonista atende e diz que deseja tratar de um assunto de trânsito.
 - 4) Se não for uma unidade de trânsito o telefonista dirá que não é ali, que ele deve procurar o Batalhão de trânsito (e raramente lhe dará o número dessa Unidade).
 5. O cidadão procura comunicar-se com o trânsito, expõe o problema ao telefonista e este o coloca com o setor que ele entende, ser o procurado.
 - 6) Um sargento atende ao telefone o cidadão explica detalhadamente o assunto e formula uma pergunta concreta.
 - 7) Como parece, a pergunta envolve aspectos da administração do Batalhão e o sargento crê não ter autoridade para resolver.... transfere a chamada para o Comandante da Companhia.
 - 8) Então informam ao cidadão que o capitão não está na reserva, mas poderá obter informação desejada no DETRAN.
 - 9) O cidadão explica que já havia chamado o Detran e pergunta se ninguém ali possa responder pelo capitão.
 - 10) O ordenança que atendeu ao telefone não tem resposta, trata de transferir a chamada, e não resolve a situação, e a ligação vai girando e acaba de novo na reserva do capitão.
 - 11) O ordenança explica depois de ouvir o prolixo relatório, que o capitão está numa reunião e lembra alguns nomes que pudessem solucionar.

- 12) O infortunado cidadão vai respondendo que já tentou falar com todos e que foi de tal lugar que lhe indicaram aquele.
 - 13) Mas o ordenança está atarefado e transfere a ligação para o mesmo setor que o atendeu inicialmente.
 - 14) O sargento que primeiro respondeu recebe de novo o cidadão.
 - 15) Não tem, porém, uma resposta, mas encontra do outro lado um contribuinte irritado, nervoso.
 - 16) Pede-lhe que espere, vai até a sala ao lado e consegue a resposta.
 - 17) Pode parecer um velho conto que acaba bem. Mas, será que acabou bem? O contribuinte conseguiu a informação que queria mas teve a sensação de que a Polícia Militar carecia de preparação e eficiência, foi submetido a um passa passa e o oficial responsável não estava em seu local de trabalho. Muitas estórias acabam com o cidadão não recebendo informação alguma a sua reação é bem pior.
- K) Imagine se o contribuinte quisesse comunicar a ocorrência de um incêndio e a ligação fosse feita para o serviço ou uma Unidade comum de policiamento.
- 1) Passar a ligação de um ponto para outro demonstra falta de instrução, parece ineficiência.
 - 2) O caso citado não é nenhum exagero. Casos assim ocorrem diariamente numa organização onde passar um assunto de um para outro constitui regra.
- l) Na maioria das unidades, as repartições possuem mais de um aparelho, vários ramais e mais de um tronco. Se o cidadão, que não conhece as linhas e os ramais das repartições., liga para uma que não corresponde ao setor que procura, ou se o operador da central telefônica (PABX ou PBX) completa a ligação erroneamente, deve ser coisa simples para o policial competente obter a informação solicitada.
- m) Num destacamento policial militar "caiu" uma chamada pedindo informação sobre um detento.
- 1) O PM do destacamento, que não estava ligado à carceragem e não tem interesse especial pelo caso, disse ao interlocutor que desligasse e voltasse a chamar o carcereiro que é quem tem a lista dos presos.
 - 2) O cidadão assim fez, mas estava em um telefone público muito concorrido.
 - 3) Gastou outra ficha e fez a chamada, mas a linha estava ocupada e teve que esperar.

- 4) Quando conseguiu, o carcereiro estava ocupado noutra telefone e demorou tanto que o interessado pensou que houvesse desligado.
 - 5) Quando voltou a chamar estava furioso, pois havia perdido a paciência por ineficácia da Polícia Militar.
- n. Em outra ocasião, o mesmo destacamento recebeu uma solicitação idêntica à anteriormente relatada.
- 1) Outro PM atendeu à ligação "isto é pra já".
 - 2) Discou para carceragem por outra linha e rapidamente obteve a informação desejada e a transmitiu ao contribuinte.
- o. Neste último caso, o PM não passou o problema adiante nem fez o contribuinte perder a paciência.
- p. O trabalho do policial militar não pode reduzir-se a certos serviços determinados. É preciso ir mais além da função que exerce enquanto se puder servir ao público sem prejudicar as missões peculiares de que esteja responsável.
- q. É preciso ganhar amigos para a Polícia Militar graças a uma cortesia adequada através do telefone. Tomar notas enquanto se fala obter o nome de quem chama. Tenha isto em mente. Se o contribuinte se identifica como Dr Ribeiro dê-lhe este // tratamento, e se tem um título, use-o ao conversar com ele. Agradeça-lhe por ter chamado. Faça-o sentir que você está satisfeito por tê-lo atendido. Inspire a confiança de que se dará àquela chamada a consideração que merece.
- r. O pessoal que atende o telefone com frequência deve ser preparado para isto, como, aliás, todo pessoal da Corporação deve estar apto e deverá seguir à risca as instruções existentes. Não se pode manter boas relações com o público a menos que as instruções sobre uso do telefone sejam rigorosamente cumpridas e observadas por todos.
- s. Não é apenas no telefone que o sistema de transfiriê os assuntos prejudica o relacionamento da Corporação. Uma das principais queixas dos contribuintes se referem a pessoas / que referem a pessoas) que recebem o público nos quartéis.
- 1) às vezes, o cidadão vai ao Comando Geral, toma as instruções na recepção e a funcionária ou alguém que o recebe encaminha-o para uma seção erradamente
 - 2) A frustração do contribuinte aumentará se o fazem ir de sala em sala ou de andar em andar.
 - 3) Depois se queixará da ineficiência, descortesia, falta de interesse ou aspereza por parte do pessoal da PM, generalizado.

t. Muitas vezes os problemas do contribuinte poderiam ser resolvidos no primeiro instante se o PM que o atendesse dedicasse algum tempo ao caso. Transferir assuntos é um dos inimigos do bom relacionamento da PM com a comunidade.

Observação: Adaptado do Livro LA POLICIA Y LA SOCIEDAD, de Paul H. Ashenhust - Editorial Limusa - Wiley, SA México 1964.

5. SUGESTÕES

No que concerne ao equipamento obsoleto, deveria ser trocado ou feito um remanejamento da central do Comando Geral para uma Unidade da capital, colocando no Comando Geral, onde são recebidas centenas de chamadas diariamente, um equipamento mais sofisticado para atender melhor aos contribuintes que buscam informações na Polícia Militar. Para acabar com a inadequabilidade no emprego e utilização da rede operacional, deve-se promover uma disciplina e conscientização de utilização, proibindo o uso de telefone operacional (190), para fins administrativos ou pessoais. Cultivar uma mentalidade adequada e padronização de conversação telefônica. Haver uma triagem de ocorrências, efetuada em consonância com sua natureza, através de micro-computadores. Oferecer treinamento específicos as video-telefonistas, com relação ao material que irá dispor para a realização das funções de atendimento, para aproveitar ao máximo o seu rendimento. sem contudo alterar suas características originais. Este treinamento / poderá ser feito dentro da própria Polícia Militar ou órgãos especializados tais como telegoiás, CODEG, etc. O tempo desse planejamento deveria constar do plano de treinamento para quem fosse executar essas funções. Visaria esse trabalho, exigir das // pessoas que fossem exercer as funções de telefonistas das Unidades e as Polícias Femininas que atendem no COPOM. Com essa medida haveria um maior rendimento em: rapidez no atendimento, rapidez na resolução dos problemas que surgirem, gentileza e cortesia no atendimento e maior prestação de serviço. Nesse caso / poderia ser usada a fórmula abaixo.

Não crie problemas. Em vez de dizer o que não pode fazer...DIGA AOS SOLICITANTES O QUE VOCÊ PODE FAZER.

Provocar motivação dando importância ao telefonista ou video-fo_nista, com horários e locais compatíveis para o perfeito desempenho do serviço. As sugestões ora apresentadas buscam a eficiência e eficácia por parte da Polícia Militar para um bom relacionamento com a comunidade.

ANEXO 08

FUNDAMENTOS PARA O PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

1. CONCEITOS BÁSICOS

- . Caracterização de eventos
- . Classificação genérica
- . Avaliação de um evento

2. PLANEJAMENTO BÁSICO DE UM CONGRESSO

- . Definição do evento
- . Planejamento das ações

3. OPERACIONALIZAÇÃO DE CONGRESSO

- . Fluxograma
- . Agenda esquemática
- . Gerenciamento
- . Avaliação

1. CONCEITOS BÁSICOS

1.1 Caracterização de eventos

. Perspectiva de relações Públicas:

Evento é uma atividade concentrada num curto espaço de tempo, numa área física restrita, congregando um público específico e altamente motivado, ao qual se dará oportunidade para o acesso simultâneo às informações que ali serão veiculadas.

. Amplitude do evento:

Variável, podendo ir de uma simples mostra estática a um complexo congresso, incorporando vários eventos mais simples.

. Natureza do evento:

- Comemorativa
- Expositiva
- Demonstrativa
- Social
- Esportiva
- Artística
- Cultural
- Técnica

Um evento pode ter mais de uma natureza. Caracteriza-se por um processo intenso, claro, decodificado. O planejamento de um evento deve levar em conta, também, o ambiente onde o mesmo será realizado.

1.2 CLASSIFICAÇÃO GENÉRICA

. Eventos Básicos

- Reunião: deve-se considerar o ambiente físico (local), temperatura, luminosidade, facilidade de acesso, etc. Providências: pasta contendo lápis, bloco de papel, borracha, cinzeiro, serviço de copa, secretária e indicativo de presenças na mesa.
- Reunião de Comissão: grupo que tem a tarefa comum, tendo pauta previamente elaborada. Deve haver convocação e confirmação de presenças, recepção no aeroporto, reserva de hotel, traslado, etc. Aos participantes deve ser proporcionado todo conforto e atenção possível, para que se possa obter o máximo resultado.

- Reunião de integração: tem caráter motivador. É , geralmente, a reunião de empregados de uma empresa, visando maior integração entre os mesmos.

- Eventos Típicos da Organização

- . Datas festivas
- . Datas cívicas
- . Visitações
- . Certames
- . Concursos
- . Competições

- Eventos expositivos abertos

Como se planeja um evento

- . o quê ?
- . Por quê ?
- . Para quê ?
- . Quando ?
- . Com quem ?
- . Com quanto ?
- . Onde ?

Deve-se considerar, também, o local, ambiente, clima e as participações especiais.

- . Mostra - é uma exposição sem comercialização
- . Salão - é uma mostra com comercialização
- . Exposição
- . Feira
- . Demonstração
- . Lançamento/vernissage
- . Show-room - instrumento de marketing. Não vende
- . Festival
- . Festas

Desfiles

- Eventos de participação seletiva

Gerais:

- . Congresso - Designação européia para convenção. Reunião formal e periódica para estudos, debates e comunicações. Tem um tema geral, dividido em sub-temas. Promovido por entidade. Empresa diversas - técnicas de reunião.
- . Convenção - reunião de uma categoria para conhecimento

de diretrizes, trocas de experiências e informações para deliberações. Promovida por entidades empresariais, política ou classe de serviço.

- . Meeting - reunião formal na linha de congresso, podendo até ser apenas uma reunião de certa relevância.
- . Semana - mesmo que jornada, tem atividades focadas num só tema
- . Jornada - reunião para proporcionar informações sobre tema específico de uma área de atividade. Relata pesquisa, lança idéias analisa e soluciona problemas específicos de um grupo profissional ou cultural. Não tem programação social. Emprega diversas técnicas de reuniões. É um esforço concentrado.
- . Encontro - mesmo que jornada. Pressupõe reunião de especialistas que não atuam na mesma área física.
- . Ciclo - mesmo que jornada. Com menor intensidade, predominando uma técnica: ciclo de palestras, de estudos, de debates, de pesquisas.

Constitutivos Usuais

- . Conferência - Sistema pelo qual se confere alguma coisa. É apresentação formal de um tema por especialista altamente qualificado. Geralmente filosófica, há grande assistência qualificada. Depois da apresentação formal há esclarecimento de dúvidas. Há uma interpretação/análise nos grupos de trabalhos subsequentes. Sistemática - presidente da mesa apresenta o tema, o conferencista (biografia). As perguntas vem por escrito ao presidente da mesa. Elas são selecionadas e as respostas são sem réplica (apenas para esclarecer).
- . Palestra - Assistência menor que da conferência, também selecionada. Palestrantes devem ter preparação prévia. É mais técnica que filosófica. Há exposições com dados - informações específicas sobre um tema. Tem debate com réplica e tréplica. É objetiva. Tem um moderador. Apresenta tema, palestrante, perguntas.
- . Preleção - grande assistência, pouca formalidade. Apresentação por especialista. Tem carga didática. Não tem debate, nem esclarecimento de dúvida. Sistemática - diretor apresenta orador que fala.
- . Mesa redonda - assistência reduzida e selecionada de 3/8 especialistas que debatem um tema com pontos de vista diferentes. 1ª fase 10 a 15 minutos para cada um. Abordagens complementares. 2ª fase debate entre expositores. 3ª fase perguntas da as

sistência. Objetivo: um novo conceito consensual.

Sistemática - coordenador, mesa redonda, apresenta o tema. Passa a palavra, dirige debate entre expositores e coordenador vai "firmando" novo conceito. O sucesso da mesa redonda depende da habilidade do coordenador. Secretário registra tudo para relatório.

- . Painel - grande assistência. 3/8 especialistas falam entre si / sobre suas idéias. É personalístico. 10 a 15 minutos para cada um. 1ª fase entre si. 2ª fase, debate entre si. 3ª fase, entre assistentes. Objetivo: debater tema por pontos de vista diversos. Sistemática - moderador apresenta o tema e os painelistas. Passa a palavra. Dirige os debates. Um painalista pode perguntar / para outro, ao vivo. As perguntas da assistência vêm por escrito.
- . Seminário - Participação reduzida, selecionada. Coordenador expõe tema durante 1 hora. constituição: grupos de trabalho para pesquisa sobre temas (pode durar 2 ou 3 dias). Cada grupo faz sua exposição (geralmente 30 minutos para cada grupo). Debates e conclusões. Objetivos: buscar uma posição mais técnica que filosófica. Coordenador e 1 secretário (que registra tudo, inclusive a conclusão).
- . Simpósio - 3 a 8 especialistas desenvolvem diferentes aspectos, de um mesmo tema, sequencialmente. Tema fraccionado. Debate com assistência. Registro de conclusões. Objetivo: debater o tema sob pontos de vista diferentes e chegar a uma conclusão. Sistemática - coordenador define tema e chega a conclusões.
- . Fórum - Grande assistência. Grupos informais. Acontece após palestra, filme, audio-visual e teatralização. Todos participam. Máximo 30 minutos. são tem fala, exposições. Evita-se debate. Colocam-se 2 ou 3 especialistas para dialogar. Objetivo: busca de uma interpretação pelo fato visto. Sistemática - apresentação central. Coordenador instala o fórum, o secretário registra as colocações até chegar a uma síntese final. É filosófico.
- . Grupo de trabalho - trabalho em conjunto, estudos e propostas para se chegar a um relatório final. 30/35 participantes. Apresentação preliminar de cada grupo. Pesquisa e discussão dos grupos. Há argumentação, reforço de posição, para chegar a um relatório.
- . Debate - Atividade complementar. Objetivo: posicionar argumentos com apoio da assistência. Procura se conduzir, por escrito as perguntas.

Constitutivos Especiais

- . coffe -break - parada para café. Usa-se para apresentações extras arte, música, literatura, etc.
- . Diálogo ou debate público - discussão de 2 especialistas diante de peritos. Transmitido por rádio ou televisão.
- . Entrevista - ~~individual~~ ou coletiva. Sem assistência selecionada.
- . Estudo de caso - Análise minuciosa de uma situação real que está sendo ou foi investigada.
- . Lunch-speech - palestra curta, antes ou depois do almoço. Sem debate ou esclarecimento.
- . Learning And Teaching Tru - treinamento para trabalho de grupo e discussão. Estudo prévio do tema e elaboração de uma síntese.
- . Oficina - exposição objetiva e sintética de tema que enseja prática pelo grupo. Exposição direta e objetiva. Prática dirigida por monitores para 5 pessoas.
- . Painel com interrogadores - 3 a 4 especialistas falam sobre suas idéias. Dois interrogadores perguntam aos especialistas.
- . Task Model - estudo e proposta de soluções objetivas.
- . Workshop - aprendizado no âmbito do grupo.

Constitutivos muito específicos

- . Grupo de desenvolvimento do Pensamento Operatório - Técnica inglesa. Um grupo de 6 pessoas para discutir, durante 6 minutos, e chegar a uma conclusão. Expor conclusão ao grupo grande.
- . Problem Solving Group - exposição do problema em grupão. Dividir em grupos pequenos para analisar soluções. Exposição da solução ao grande grupo.
- . Role-Paying - Teatralização. Exposição da situação. Preparação do ambiente. Membros/atores representam a situação. Assistentes e membros observam.
- . Instituto - escolhe-se um tema a ser desenvolvido ao longo de um ano. Várias técnicas são desenvolvidas.

1.3 AVALIAÇÃO DE UM EVENTO

A avaliação é de fundamental importância. Os eventos são diferentes e é preciso avaliá-los para serem corrigidas falhas apresentadas. Quem gerencia um evento deve contar, sempre, com uma pessoa ao seu lado, com "JOGO DE CINTURA", para ajudá-lo a solucionar os problemas.

- . "Ombuds-team" - grupo que critica, durante o evento, para garantir bons resultados.
- . Equipe de síntese - sintetiza o evento.
- . Pesquisa de opinião - coleta opiniões antes, durante e após o evento, para saber como soube dele, o que acha, etc.
- . Relatório e relatores - pessoal bom de escrita e que sabe fazer relatório.
- . Avaliação Sempre crítica - aceitam conviver com críticas.

PENSE, PLANEJE, PROVIDENCIE

2. PLANEJAMENTO BÁSICO DE UM CONGRESSO

2.1 Definição do evento

- a) Fazer documento preparatório
- b) Quem organiza não é que decide

- . Análise do público-alvo
- . Objetivos do congresso
- . Classificação genérica e natureza
- . Denominação
- . Entidade promotora
- . Período (data line - data limite)
- . Local
- . Participantes - direção, palestrantes, colaboradores, acompanhantes, prestadores de serviços, ouvintes, imprensa (identificar com crachá, contendo nome bem legível, todos os participantes)
- . Conteúdo (temário)
- . Seleção da dinâmica (pré-congresso, congresso, e pós-congresso) Social e turística.

2.2 PLANEJAMENTO DAS AÇÕES

Ações preparatórias (administrativas, paralelas, tradicionais)

- . Definição do temário
- . Criação do logotipo
- . Organograma da comissão organizadora
- . Gerência executiva e equipe básica
- . Plano de divulgação
- Plano financeiro
- Mala Direta - divulgação promocional de produtos e serviços através do envio de peças de propaganda impressa (folhetos, carta-circular, catálogo e outros) pelo correio.
- Boletim
- Convites e confirmações dos palestrantes
- Seleção dos elementos de apoio (serviços a contratar)
- Definição do programa - fluxograma e agenda esquemática
- Bloqueio de hotéis, bancos e transportadora oficiais
- Patrocinadores - devem sempre manter a linha, evitando brigas e discussões desnecessárias. É preciso encontrar solução criativa.
- Coletiva

Mecânica das inscrições

- Folder
- Peças promocionais (poster, cartaz, selos, VT)
- Contratação de serviços exclusivos
- Definição de serviços básicos
 - . Sala VIP para conferencistas importantes
 - . Sala para direção do evento
 - . Sala de imprensa
 - . Sala de editoria
 - . Agência de turismo
 - . Banco
 - . Transportadora Aérea
 - . Serviço médico
- Constituição das comissões
- Definição de locais
- Guest-room - apartamento com open bar para bate papo, sala de estar dos participantes VIP.

Ações Administrativas

- Regimento interno
- Secretaria Executiva

- Congress-kit (pasta dos participantes)
- Press-kit (pasta dos jornalistas)
- Tradução
- anais - coleção de palestras
- Boutique - para venda dos materiais do congresso
- Recepção
- Guias (para pessoas importantes)
- Translado
- Transporte (deve ser rígido, inflexível, disciplinado)
- Hospedagem
- Alimentação

Ações paralelas

- Exposição
- Show-room e merchandising
- Visitações especiais
- sala de imprensa
- Programação social para acompanhantes
- Comissão de síntese

Ações adicionais

- Programação sócio-cultural
- abertura
- jantar festivo

Encerramento

3. OPERACIONALIZAÇÃO DO CONGRESSO

3.1 Fluxograma

- Idéia de sequência
- Matriz do check-list

3.2 Agenda esquemática

- Visualização de tudo
- Definição dos locais
- Alocação de equipamentos

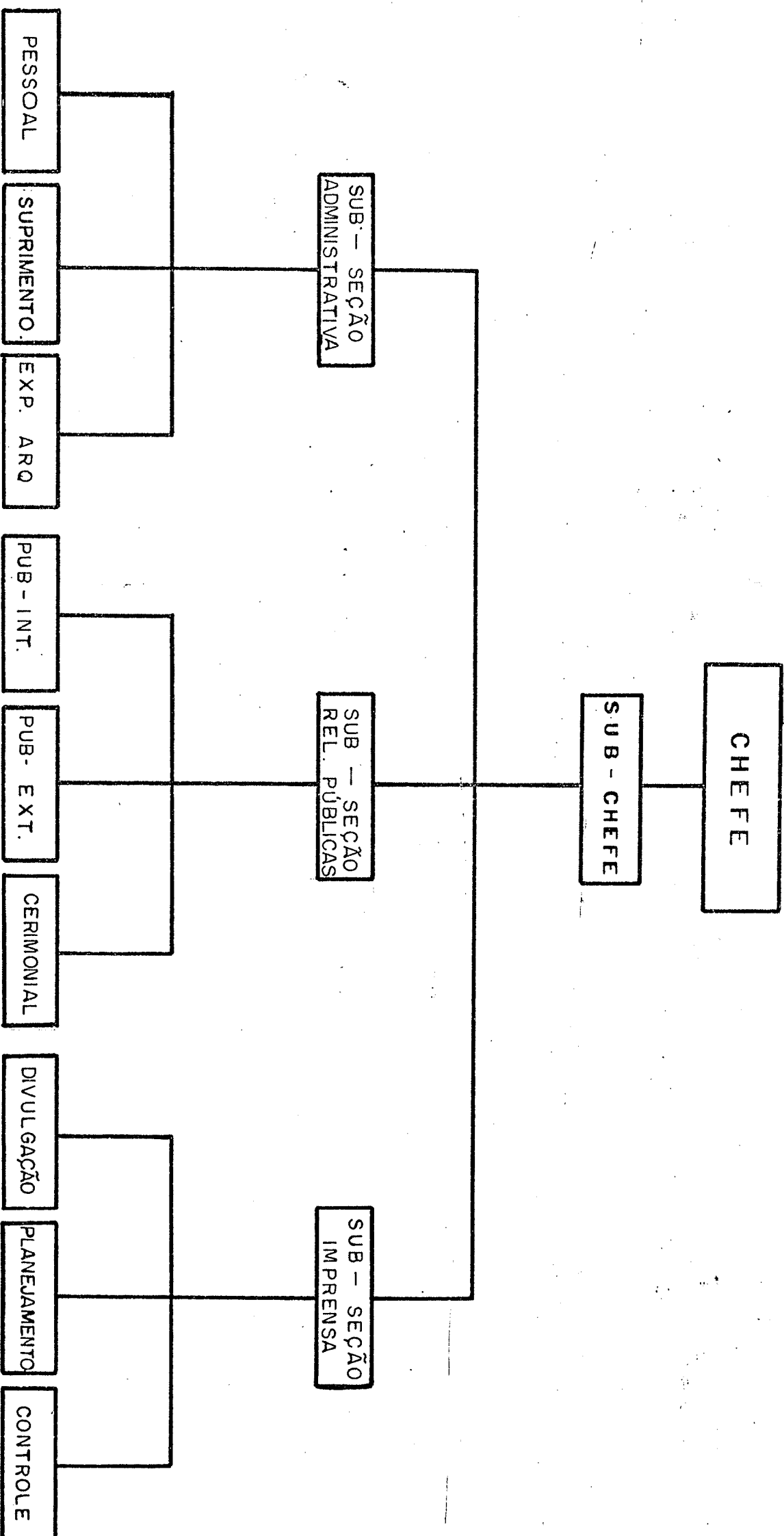
3.3 Gerenciamento

- . Controle de recepção

3.4 Avaliação

ORGANOGRAMA-PM/5

ANEXO 09



BIBLIOGRAFIA

1. BARCELLOS, Fernanda. Curso Básico de Relações Públicas. Editora Tecnoprint S/A, 1984.
2. CANFIELD, Bertand R. Relações Públicas. São Paulo Loyola, 2ª ed. Livraria Editora, 1970.
3. EVANGELISTA, Marcus Fernando. Planejamento de Relações Públicas Metodologia Formulação de Alternativas - Conceitos Básicos Exemplos e Formulários. Editora Tecnoprint Ltda, 1983.
4. NORMAS PARA A RELAÇÃO ENTRE A PM E A IMPRENSA. Brasília, 1975.
5. OLIVEIRA, Celso Feliciano. Manual de Ensino Fundamental - MEF. 90/05, APMBB - 10 Volumes, 1983.
6. OLIVEIRA, Celso Feliciano. Anais. Assuntos Cíveis no Contexto Policial Militar, 1ª ed. Belo Horizonte. Edição Barvalle Indústrias Gráficas Ltda
7. PLANO DE ASSUNTOS CIVIS DA POLÍCIA MILITAR DO RIO GRANDE DO SUL Rio Grande do Sul, 1981.
8. PLANO DE ASSUNTOS CIVIS - PGAC. Polícia Militar do Rio de Janeiro, 1984.
9. PLANO DE ASSUNTOS CIVIS DA POLÍCIA MILITAR DE MINAS GERAIS. Belo Horizonte, 1983.
10. SISTEMA E DOCTRINA DE ASSUNTOS CIVIS - Polícia Militar de São Paulo, 1988.
11. SILVA, Luiz Gonzaga. Projeto Experimental. Academia de Polícia Militar do Barro Branco - PMESP. Trabalho não publicado, São Paulo, 1983.
12. SELTZ e Outros - Métodos de pesquisa nas Relações Públicas, Edição revista e nova tradução de Dante Moreira Leite, EPU São Paulo.
13. TORRES, Beatriz Helena Colletto. Brigada Militar do Rio Grande do Sul. Relações Públicas. Doutrina, Diretrizes e Instruções. Manual elaborado pela 5ª Seção do Estado Maior. Porto Alegre, CORAC, 1983.
14. UCHOA, Marcus Vinicius. Plano de Assuntos Cíveis da Polícia Militar de Mato Grosso do Sul, 1983