A COMUNICAÇÃO SOCIAL E A POLÍCIA MILITAR: PERSPECTIVAS

José Braga Júnior ()*

A velocidade das transformações do mundo exige constante reflexão sobre o futuro das instituições, especialmente daquelas que, em contato direto com os cidadãos, sofrem as primeiras críticas.

A Polícia Militar, como instituição pública de proteção e socorro, assimilou bem esta nova realidade, em que a criminalidade é vista mais em função da profiliaxia que como repressão.

Só com sensibilidade profissional aguçada, e com visão de modernidade empresarial é que se conseguirá o eficaz planejamento ajustado a tais circunstâncias.

Não há dúvida de que hoje estamos emergindo de uma sociedade industrial para uma sociedade de informação.

Prestes Mota, em seu antológico "Teoria Geral da Administração", preconiza que "a organização mais propensa a sobreviver, crescer e ser eficiente é aquela na qual os papéis, normas e valores estiverem mais de acordo com as demandas do ambiente".

Dentro dessa visão sistemática, é fundamental para a "Empresa" Polícia Militar interagir com o seu ambiente externo geral e com o seu ambiente operacional.

O primeiro é composto por forças econômicas, tecnológicas, políticas e sócio-culturais, que podem antagonizar ou proporcionar oportunidades para a organização.

O segundo, o ambiente operacional, composto por órgãos integrantes do sistema de segurança, fornecedores, imprensa e, principalmente, os usuários dos serviços prestados pela corporação e que, por sua vez, podem visualizar de forma positiva ou negativa as ações por ela desenvolvidas, objetivando a tranqüilidade pública.

Esta interação faz-se por meio da comunicação social. Sua importância é bem dimensionada por Lee Thayer, ao ensinar-nos que "como todos os sistemas vivos, as organizações se estabelecem e se mantêm a si mesmas através da comunicação com o meio ambiente e com suas partes".

Assim, não é suficiente apenas exercitar na prática o elemento objetivo da segurança, com o emprego de recursos humanos e materiais nas diversificadas atividades diuturnamente executadas pela Polícia Militar.

A sensação de "estar seguro" é parte integrante desse processo e, como tal, a comunicação social pode e deve emprestar técnicas e métodos que possibilitem aliar o que está sendo feito com o que a comunidade espera que seja feito.

(*) Col. José Braga Júnior é licenciado em Matemática, Administração de Empresa e ex-Comandante Geral da Polícia Militar do Estado de Minas Gerais.

As campanhas publicitárias e as informações jornalísticas, com regularidade e realidade, mostrando os esforços desenvolvidos e os resultados alcançados, poderão transmitir, aos públicos-alvo, este elemento institucional de política ostensiva e de preservação da ordem pública.

Ao declarar aberto este encontro, anima-nos a certeza de que todos os seus participantes estão conscientes da inquestionável importância dos assuntos que aqui serão debatidos.

A transparência de comportamentos e de intenções que caracteriza a Polícia Militar necessita ampliar os canais de comunicação com os usuários de nossos serviços, captando seus anseios e recebendo suas críticas, para que repensemos continuamente nosso agir, adequando-o sempre de forma correta e eficaz, face a circunstâncias existentes e emergentes.

A compreensão basilar do insubstituível engajamento de todos e de cada um está consubstanciada na cartilha "O PM-agente primeiro de relações públicas", que temos a honra de difundir neste momento.

Agradecemos aos ilustres conferencistas que irão iluminar este evento com o brilhantismo de suas inteligências.

Agradecemos aos que se ombream conosco nesta iniciativa e, em especial, à Fiat Automóveis, presença já tradicional em eventos de interesse e benefício coletivos.

Agradecemos à imprensa, aqui representada por seus diligentes profissionais, autênticos arautos da história e reflexos da realidade de nosso tempo.

Estamos certos de que, na conjunção de nossos esforços, concretizar-se-á, em plenitude, o dispositivo constitucional de que a "segurança pública é direito e responsabilidade de todos".

Bom trabalho!