

## ORIENTAÇÕES GERAIS SOBRE O I ECOM-PM

Ten-Cel PM Adrião Froes (\*)

Vive a Polícia Militar, hoje, um momento importantíssimo na sua história. Entra a Corporação, efetivamente, na era da Comunicação Social.

E isto já se fazia necessário.

A ninguém é desconhecido o progresso marcante sofrido pela Comunicação nesta década. A eletrônica permitiu criar um elo que possibilitou ligar povos dos quatro cantos do mundo.

Vivemos num mundo de vizinhos.

Sábemos agora o que se passa no outro lado do mundo. E o outro lado do mundo nos perscruta.

Excelente!

Derrubamos as barreiras que a própria comunicação nos impunha. Poucos tinham acesso à efervescência do mundo, ao que se criava, ao que se transformava.

Entretanto não tivemos só lucros. Carregamos pesados ônus, principalmente nós, profissionais da segurança pública.

Ao mesmo tempo que recebemos as informações de muitos quilômetros, recebemos, com elas, todo o somatório de emoções que estas provocaram nos povos que lhes deram berço.

Recebemos as alegrias, as tristezas, as agonias e o medo.

Somos influenciados muitas vezes por ambiente que não criamos.

A fuga dos detentos da Penitenciária de Segurança Máxima de Contagem nos causou muitas preocupações, e estas foram repassadas, através de inúmeras antenas de rádio e televisão, na letra dos jornais e revistas, para outros centros.

Enfim, é a "Era das Comunicações".

Conquistas? Sim, mas acompanhadas de sérios problemas.

Por que Comunicação Social na PM?

Propaga-se por toda a nação a força da Corporação Mineira.

E por isto sentimos-nos honrados.

Mas não é o suficiente.

A PM-5 despertou para o problema. Como na Medicina, a Comunicação também é preventiva. Ivy Lee usou a curativa e disto temos conhecimento. Neste tipo procuramos mudar pontos de vista arraigados, contrários à nossa causa.

---

(\*) Adrião Fróes é Tenente-Coronel da PMMG, Assessor de Comunicação Social do Cmt-Geral da PMMG e Chefe da 5ª Seção do Estado-Maior da PMMG. Bacharel em Direito.

A preventiva procura manter e reforçar o que já existe de favorável.

A PMMG vai bem e precisa continuar dessa forma.

Basta a ação dos seus homens?

A primeira vista, sim, mas, na verdade, enfrentamos problemas externos e estes vêm embalando o medo. E é exatamente contra isto que queremos trabalhar.

A PM5 apresentou, então, proposta ao Sr. Cel. PM Chefe do Estado-Maior para criação dos Núcleos de Comunicação Social nas Unidades Operacionais e nos Comandos Intermediários.

Precisamos descentralizar as ações. Corporação grande como é a nossa precisa espalhar as suas atividades no Estado, facilitando a criação de um sistema nos moldes preconizados pela DIAO-04.

Para a criação destes núcleos, contamos com a colaboração dos nossos chefes, comandantes e agora "existimos", inicialmente como encargo, o que já é uma semente lançada.

O Encontro surgiu disto tudo. Era preciso criar uma doutrina que fizesse o sistema funcionar dentro de uma unidade e que permitisse manter esta secular Corporação no local que lhe é de justiça.

A arrancada para a nova era de comunicações está dada. O Encontro é o marco inicial. Outros virão, pois esta marcha não tem como recuar.

Companheiros, a minha fala, neste Encontro, como Chefe da PM-5, coração que é do novo sistema, é exortá-los à luta. Procuremos transformar esta Corporação num bloco único com a comunidade prestante.

Dito isto, permitam-me aqui, à luz da DIAO-04, que trata das Atividades de Comunicação Social na PMMG, abordar alguns itens:

### O P5 e a Comunidade

É preciso que o Chefe da 5ª Seção estabeleça, primeiramente, as ações prioritárias que lhe permitirão atingir os objetivos buscados.

Efetivamente, fazer a sua Unidade e o serviço dela conhecidos e, por extensão, a Corporação, é o ideal de todos nós.

O relacionamento PM-Comunidade, para tanto, é básico. Eis algumas ações que sugerimos:

1. Hasteamento da Bandeira nos Quartéis em um dia determinado na semana. Para esta solenidade, convidam-se professores e diretores de Escolas da comunidade acompanhados de escolares.

Para o hasteamento também podem ser convidadas autoridades locais.

2. O emprego das Bandas de Música em retretas surte excelente efeito. Mesmo quando há pedido da Prefeitura das cidades da área, é interessante que a banda se apresente também como promoção da própria Corporação.

3. Quando há solenidades militares, o convite para autoridades locais se faz obrigatório.

Outro público interessante a ser convocado são os vizinhos do aquartelamento. Muitas vezes moradores próximos ao quartel têm determinados problemas de relacionamento e uma cortesia dessa natureza pode "quebrar o gelo".

4. Visitas a estes vizinhos também é uma boa iniciativa.

5. Ainda quanto a visitas, em datas importantes para a OPM, grupos escola-

res podem ser convidados para participarem das solenidades, visitarem as dependências do quartel. Uma "Rua de Recreio" pode ser montada com jogos, gincanas e outros divertimentos. Pequenas prendas podem ser conseguidas para sorteio entre os visitantes.

6. Ocorrências policiais de destaque e que exijam a presença do Comandante, devem necessariamente ter a presença do P5. Recentemente tivemos uma ocorrência que foi de todos conhecida: fuga de presos da Penitenciária de Segurança Máxima de Contagem. Compareceu ao local a PM5 e o P5 da OPM não estava presente. Evidentemente não havia ordem para o comparecimento dele, entretanto era imprescindível a sua participação. Ele conhece a área, é o assessor da OPM e não pode desconhecer o problema.

7. Visitas de cortesia às autoridades do Município revestem-se de muita importância. Ainda mais que a maioria das visitas, que fazemos, é com o claro intuito de pedir alguma coisa.

8. O empenho da OPM em atividades comunitárias, como, por exemplo, campanhas de vacinação, ACISO, ajuda a flagelados de calamidades, etc, solidifica a sua imagem de Corporação operosa, séria e eficaz.

Na semana passada, a PMMG empenhou-se como nunca na campanha anti-pólio. Empregamos algumas idéias que nos deram bom retorno. Durante as "blitz" realizadas pelo BPTran e BPRv e nas "Operações Presença" de algumas unidades operacionais da Capital, volantes da campanha foram entregues. Um público imenso foi atingido, enquanto executávamos a nossa missão policial.

9. Entrega de Diploma de Colaborador Emérito do CPA pode distinguir autoridades e provocar um melhor relacionamento.

Estes poucos itens aqui relacionados podem ser incrementados com idéias de cada P5. Os propósitos, de qualquer forma, são:

- manter o público externo permanentemente informado sobre as realizações da PMMG e, principalmente, sobre as atividades da Corporação na área considerada;
- mostrar a Instituição como importante fator na vida comunitária. A PMMG, como parte efetiva da comunidade, convivendo com os problemas dela e a comunidade, com os problemas da Corporação. Isto enseja a mútua colaboração sem o constrangimento dos pedidos de ajuda. Neste caso, quando há participação da comunidade em apoio à Corporação, esta passa a fazer parte da solução do problema. O que executa não é favor, é dever.

### O P5 e o Público Interno

Sobre este público:

Diz a DIAO-04 no item 7.a.1) "Tecnicamente, em termos de Relações Públicas, o Público Interno deve ser considerado o **Público nº 1** da Polícia Militar. É a essência da Instituição, sua corporação perante a comunidade, a base física e espiritual de todas as suas realizações."

A seguir, estabelece o documento, os objetivos que devem ser atingidos em relação ao Público Interno.

Não há tempo para comentá-lo. Entretanto, é da maior importância o trabalho com este público.

O P5 deve ter em mente que esta mão-de-obra é mais barata e mais eficaz. O Público Interno é a saída para enfrentar os altos custos de um trabalho de Relações

Públicas e de Propaganda.

Se o nosso efetivo compreender que ele é efetivamente o "Agente Primeiro de Relações Públicas", que a sua boa atuação é a melhor propaganda, o desempenho do P5 será em muito facilitado.

Para tanto, foi lançada pelo Sr. Comandante Geral esta cartilha, que hoje distribuímos. Entre outros objetivos, visa a chamar a atenção dos Assessores de Comunicação Social para este detalhe.

### **O P5 e a Imprensa.**

Bastante delicado este assunto.

Precisamos mudar a atitude de oficiais da Corporação em relação ao relacionamento com a imprensa.

Sabemos que muitas vezes os atritos são provocados por alguns profissionais da imprensa. Entretanto, cabe ao P5 contornar a situação.

O público tem que saber o que a Corporação está fazendo. E a imprensa é o melhor canal.

Além dos detalhes que a DIAO-04 especifica em relação ao tratamento a estes profissionais, a nossa cartilha lançada hoje tratou este assunto com muita preocupação.

Alertamos, entretanto:

a. É necessário um relacionamento rotineiro e preliminar com os órgãos acreditados da imprensa. Só procuramos estes profissionais, quando necessitamos de veicular algum assunto de nosso interesse. Uma visita do comando, de uma comissão do CPA, do P5, são imprescindíveis para facilitar essa aproximação.

b. As matérias levadas à imprensa devem conter notícias, isto é, devem despertar interesse de vários segmentos de público ou do público em geral. Um contato preliminar com os órgãos de imprensa da localidade permite verificar o que deve ser feito, para montar um "release" dentro dos padrões exigidos por aqueles meios de comunicação.

c. O princípio da oportunidade deve efetivamente ser observado. Não é interesse para a imprensa, de forma geral, veicular notícias que estão ultrapassadas.

d. Repetimos: nas ocorrências de destaque, é importante a participação do P5.

Entrevistas jornalísticas são outro aspecto abordado pela DIAO-04. Podem os CPA conceder ou autorizar sua concessão pelos comandantes de frações subordinadas a respeito de assuntos pertinentes às suas respectivas áreas de atuação.

Quanto ao esclarecimento jornalístico, compete ao CPA emitir ou autorizar a emissão de "Esclarecimento Jornalístico" à imprensa de sua região, satisfeitas as determinações da Diretriz e observado o Princípio da Oportunidade.

OS P5 serão responsáveis pela preparação da "Nota Esclarecedora". Sempre que a Unidade for envolvida em notícias tendenciosas, o oficial P5 deverá preparar o documento e encaminhá-lo, com minucioso relatório, em caráter urgentíssimo, ao CPA.

### **O PM-Notícias**

"PM-Notícias" como veículo de comunicação.

Objetivo: levar ao público interno e externo assuntos de interesse da família policial-militar.

Alcance: todos os órgãos da Corporação, do Comando Geral ao Subdestacamento.

Divulgação: depende de cada OPM (P5).

O "PM-Notícias" é feito por toda a Corporação e para toda a Corporação.

Plano de Distribuição.

Hoje — 7 000 exemplares.

Distribuição ao público interno e externo.

Público Interno: todos os órgãos da Corporação, do Comando Geral ao mais distante destacamento.

Público Externo: outras PM, Forças Armadas, Prefeitura, Secretarias e outros.

Resumo: Unidades da Corporação: 4.272 exemplares;

Cia, Pel, Dest e Subdestacamentos: 2 409 exemplares.

Público externo : 319 exemplares.

Total: 7 000 exemplares distribuídos.

O ideal seria que todo PM recebesse um exemplar.

Publicações do "PM-Notícias" por Unidades.

As OPM tiveram matérias publicadas no "PM-Notícias", nas seguintes quantidades:

OPM	PUBLICAÇÕES	OPM	PUBLICAÇÕES	OPM	PUBLICAÇÕES
QCG	95	1 <sup>o</sup> PBM	09	BPRv	13
EMPM	10	2 <sup>o</sup> BPM	30	BPFlo	19
GMG	02	3 <sup>o</sup> BPM	24	Cia PGd	11
DP	02	4 <sup>o</sup> BPM	06	Cia P Fem	16
DE	04	5 <sup>o</sup> BPM	12	1 <sup>a</sup> Cia Ind	01
DF	04	6 <sup>o</sup> BPM	11	1 <sup>o</sup> GI	11
DS	05	7 <sup>o</sup> BPM	10	2 <sup>o</sup> GI	10
DAL	03	8 <sup>o</sup> BPM	20	3 <sup>o</sup> GI	08
CPC	11	9 <sup>o</sup> BPM	14	CSM/MB	02
CCB	18	10 <sup>o</sup> BPM	07	CSM/Int	03
Aj G	04	11 <sup>o</sup> BPM	07	CSM/Com	02
CPA-1	07	12 <sup>o</sup> BPM	14	CEDEC	05
CPA-2	10	13 <sup>o</sup> BPM	08	CORPAer	01
CPA-3	03	14 <sup>o</sup> BPM	26	HPM	07
CPA-4	05	15 <sup>o</sup> BPM	17	COPOM	09
CPA-5	04	16 <sup>o</sup> BPM	10	CB/PM	05
CPA-6	06	17 <sup>o</sup> BPM	20	URPM	02
CPA-7	01	18 <sup>o</sup> BPM	19	COPOM	03
PM-1	00	19 <sup>o</sup> BPM	13	CSSPM	01
PM-2	02	20 <sup>o</sup> BPM	08	CCSPM	09
PM-3	04	21 <sup>o</sup> BPM	05	AFAS	16
PM-4	01	APM	57	C ODONT	00
PM-5	11	RPMont	20	C. FARM	01
PM-6	01	BPTran	17		
TJM	03	BPChq	13		

Publicações do "PM-Notícias" por Unidades.

1) Unidades mais divulgadas

QCG	95 matérias
APM	57 matérias
2.º BPM	30 matérias
14.º BPM	26 matérias

2) Unidades menos divulgadas

a) Operacionais com criação dos Núcleos de Comunicação Social.

4.º BPM	07 matérias
10.º PBM	07 matérias
11.º BPM	07 matérias
1.º BPM	09 matérias

b) Outros órgãos

C Farm	01 matéria
CSM/MB	02 matérias
CSM/Com	02 matérias
CSM/Int	03 matérias

Obs: Não houve publicação sobre o Centro Odontológico.

Finalmente, algumas observações.

1) A PM5 tem recebido notas de serviço das OPM e estranhamente em nenhum lugar se encontram as atribuições do P5.

Nas solenidades de aniversário de unidade, por exemplo, necessariamente a 5.ª Seção deve participar ativamente.

Esperamos que os responsáveis pela 5.ª Seção atentem, doravante, para este detalhe.

2) A partir deste Encontro, encaminharemos às 5.ª Seções das OPM documentos normativos, sugestões, solicitações de dados diversos, para que possamos caminhar em uníssono, como um bloco. Queremos a participação efetiva de todos.

3) Vamos estudar, ainda na próxima semana, como se organizarão as P5, o seu quadro e os documentos necessários ao seu funcionamento. Gostaríamos de receber sugestões, e a partir da próxima semana, receberemos prazerosamente a ajuda de todos.

4) Podem os Assessores de Comunicação Social estabelecer contato direto com a PM5, utilizando-se o canal técnico. Estamos abertos ao esclarecimento e às sugestões.

São essas as nossas palavras, companheiros.

Teremos, a partir de hoje, novos horizontes. O diálogo será intensificado. Está implantada a Comunicação Social.

Parabéns a todos.