



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS – UFAL
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES - ICHCA
COMUNICAÇÃO SOCIAL – RELAÇÕES PÚBLICAS

KATYENNI TRAJANO DE ANDRADE

**ANÁLISE DA IMAGEM INSTITUCIONAL DA POLÍCIA MILITAR EM
ALAGOAS: O OLHAR DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS SOBRE
AS AÇÕES SOCIAIS DA POLÍCIA MILITAR EM ALAGOAS E O
RELACIONAMENTO ENTRE A POLÍCIA MILITAR E A SOCIEDADE.**

Maceió - Alagoas

2020

KATYENNI TRAJANO DE ANDRADE

ANÁLISE DA IMAGEM INSTITUCIONAL DA POLÍCIA MILITAR EM ALAGOAS: O OLHAR DO PROFISSIONAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS SOBRE AS AÇÕES SOCIAIS DA POLÍCIA MILITAR EM ALAGOAS E O RELACIONAMENTO ENTRE POLÍCIA MILITAR E A SOCIEDADE.

Trabalho de conclusão de Curso de apresentado como requisito para obtenção da graduação no curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas, sob a orientação do professor Diogo Cavalcante.

Maceió – Alagoas

2020

Catálogo na fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

A553a Andrade, Katyenni Trajano de.
Análise da imagem institucional da Polícia Militar de Alagoas : o olhar do profissional de relações públicas sobre as ações sociais da Polícia Militar em Alagoas e o relacionamento entre Polícia Militar e a sociedade / Katyenni Trajano de Andrade. – 2020.
57 f. : il.

Orientador: Diogo Cavalcante.
Monografia (Trabalho de Conclusão do Curso em Relações Públicas)
– Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências, História,
Comunicação e Artes. Maceió, 2020.

Bibliografia: f. 55-57.

1. Alagoas. Polícia Militar. 2. Relações públicas. 3. Comunidades. 4. Interação polícia-sociedade. 5. Estratégia da comunicação. I. Título.

CDU: 659.152



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS (UFAL)
Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes (ICHCA)
Curso Jornalismo/Relações Públicas

ATA DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

TCC para obtenção do grau de Bacharel em () Jornalismo (X) Relações
Públicas

Aos 26 dias do mês de março do ano de 2020, das
19:30 h às 21:05h, realizou-se no Curso de Jornalismo/Relações Públicas, da
Universidade Federal de Alagoas/Ufal, a sessão de apresentação do Trabalho
de Conclusão de curso (TCC), intitulado "
Análise da imagem institucional da Polícia Militar em Alagoas e o olhar do pro-
fissional de Relações Públicas sobre as ações e o relacionamento entre a PM e a comunidade.
do(a) graduando(a) Katyenni Trajano de Andrade,
matrícula 11111933, do Curso de Jornalismo/Relações Públicas, da
Universidade Federal de Alagoas/Ufal, como parte dos requisitos para
obtenção do Grau de Bacharel. A banca foi composta por
Prof.ª Dra. Manoella Maria Pinto Moreira das Neves (1º examinador), o
Prof. Dr.ª Rosa Lucia Lima da Silva Correia (2º examinador) e
Prof. Esp. Diego Peixoto de Almeida Cavalcante (orientador). Após
exposição oral sintetizando o TCC, o(a) graduando(a) foi arguido(a) pelos
membros da banca e em seguida respondeu aos questionamentos levantados.
Ao fim da sessão, a banca se reuniu em particular e o TCC foi considerado:

- (X) Aprovado, atribuindo-lhe a nota 7,00
() Reprovado
(X) Aprovado, condicionado a reformulação, devendo o graduando entregar
uma segunda versão de seu trabalho em prazo não superior a 25 dias
úteis.

Subscrevemo-nos

Diego Peixoto de Almeida Cavalcante
(orientador)

Manoella Maria Pinto Moreira das Neves
(1º examinador)

Rosa Lucia Lima da Silva Correia
(2º examinador)

A Deus, meus pais, meu esposo e aos professores por todo apoio e incentivo.

Agradecimentos

A Deus toda minha gratidão por ter permitido chegar até aqui com vitória, a cada pequena conquista sentia que tinha o seu cuidado em cada detalhe. É bem verdade que no caminho também houve perdas, mas nada tirou a alegria de poder ingressar numa Universidade Federal o que era meu sonho. Saber que estou concluindo essa primeira etapa que é a vida acadêmica me enche de orgulho, em saber que, apesar das pausas por motivos superiores à minha vontade, nunca desisti. Minha gratidão também aos meus pais que tanto se sacrificaram em muitos aspectos para que eu chegasse até aqui. Nada disso seria possível sem o apoio deles e o incentivo que me impulsiona voar. Meus agradecimentos também ao meu esposo, pelas inúmeras palavras de encorajamento, pelo ânimo diário em dizer que eu iria conseguir, levasse o tempo que precisasse, e enfim, aqui cheguei! Aos professores e amigos da Universidade, gratidão também, vocês tornaram essa caminhada mais florida, e encheu de conhecimento minha vida, aqui destacado meu orientador, professor Diogo Cavalcante, que aceitou a tarefa de guiar-me neste trabalho, obrigada pela paciência, conselhos e ensinamentos. Enfim, só posso dizer que apesar de difícil, toda essa jornada foi gratificante, e que abriu horizontes que somente a vida acadêmica poderia proporcionar.

Resumo

O relacionamento da Polícia Militar (PM) de Alagoas com a comunidade é o tema central deste trabalho e o esforço da corporação em formar militares mais preocupados com o lado social. A instituição tem atividades que buscam aproximar mais a população da corporação e o trabalho busca através de um estudo de caso, analisar ações elaboradas. Foram usados para pesquisa o estudo de comunicação governamental, autores com conhecimento na área de segurança como Muniz e Leonardo Freire e referências do próprio governo do estado, autores na área de comunicação como Jorge Duarte e Cíntia Carvalho para ter como referência o profissional de relações públicas como parceiro nessa missão de manter um bom relacionamento entre polícia e comunidade. O relações públicas possui os conhecimentos necessários para essa tarefa, e sabe administrar e até prever as crises que possam surgir e comprometer a imagem desta corporação, conforme estudos apresentados neste presente trabalho. O objetivo final, através de uma análise é diagnosticar problemas de relacionamento entre polícia militar e a comunidade, que possam dificultar uma prevenção criminal eficiente, ou, até mesmo servir de obstáculo. O que acarretaria descrença, desconfiança, medo, apatia da população diante dessa instituição, rol de sentimentos que, conhecidos e detectados, podem resultar no desenvolvimento de políticas preventivas adequadas.

Palavras-Chave: Relações Públicas. Polícia Militar. Comunidade. Conflitos. Relacionamento. Estratégico.

ABSTRACT

The relationship of the Military Police (PM) of Alagoas with the community is the central theme of this work. The institution has activities that seek to bring the population closer to the corporation and the corporation's effort to train military personnel more concerned with the social side. And the work seeks, through a case study, to analyze the elaborated actions. The study of government communication was used for research, authors with knowledge in the area of security such as Muniz and Leonardo Freire and references from the state government itself, authors in the area of communication with Jorge Duarte and Cíntia Carvalho to have the public relations professional as a partner as a reference. in this mission to maintain a good relationship between police and community. Public relations has the necessary knowledge for this task, and knows how to manage and even predict the crises that may arise and compromise the image of this corporation, according to the studies presented in this work. The final objective, through an analysis of the relationship problems between the military police and the community, which can hinder efficient criminal prevention, or even serve as an obstacle. What would cause disbelief, distrust, fear, apathy of the population towards this institution, a list of feelings that, known and detected, can result in the development of adequate preventive policies.

Keywords: Public Relations. Military police. Community. Conflicts. Relationship. Strategic.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO 1 A POLÍCIA MILITAR DE ALAGOAS	12
CAPÍTULO 2 RELAÇÕES PÚBLICAS, COMUNICAÇÃO PÚBLICA E IMAGEM INSTITUCIONAL	22
2.1 Comunicação Governamental	22
2.1.1 O profissional de relações públicas na comunicação pública e governamental.	26
2.1.2 Opinião pública	27
2.2 A construção da imagem da Polícia Militar perante a comunidade: o profissional de relações públicas como parceiro da missão.	29
2.3 O profissional de relações públicas como assessor de imprensa da Polícia Militar.	34
2.3.1 Media training.....	35
2.4 O relações públicas no gerenciamento de crises da Polícia Militar e comunidade.	37
CAPÍTULO 3 OS PROGRAMAS SOCIAIS DA PM COMO PLANO DE COMUNICAÇÃO E INVERSÃO DA IMAGEM NEGATIVA DA INSTITUIÇÃO	42
3.1 Bases comunitárias	42
3.2 Proerd	44
3.3 Banda de música	47
3.4 Pelotões mirins.....	48
CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
ÍNDICE DE IMAGENS	54
REFERÊNCIAS	55

INTRODUÇÃO

O relacionamento dos policiais militares com a sociedade foi um dos fatores principais para a escolha do tema do trabalho realizado. Podemos observar problemas diários de relacionamentos principalmente nos momentos das abordagens realizadas em operações ostensivas, em momentos de atendimento de ocorrências, quando estes são chamados para solucionar conflitos.

A imagem da corporação pode ser conquistada nas ruas, por intermédio de um bom desempenho, em respostas aos anseios da comunidade de uma polícia que presta segurança e também se baseia no respeito à vida humana. A confiança deve ser conquistada de forma paciente e atenciosa, com um trabalho de assessoria de comunicação da instituição mostrando dados comprobatórios dos esforços da PM para melhorar o serviço prestado, dentre elas o empenho em formar militares mais cautelosos nas abordagens.

A Polícia Militar de Alagoas possui em seu estatuto na Lei nº 5346, de 26 de maio de 1992, uma política da qualidade que tem como objetivo: assegurar a satisfação da sociedade, em relação ao serviço prestado de segurança pública ostensiva que será explicado como se caracteriza no capítulo primeiro deste trabalho, por meio da garantia da qualidade e da melhoria contínua dos processos administrativos e operacionais, com enfoque no respeito humano e em busca da paz social, como enfatiza no capítulo IV, art, 39 da lei em questão diz que o militar deve exercer com autoridade, eficiência e probidade, as funções que lhe couber em decorrência do cargo.

Deve também respeitar a dignidade da pessoa humana, e ser justo e imparcial no julgamento dos atos e na apreciação do mérito dos subordinados. Sendo assim, a análise será feita com base nesse critério, a tentativa da Polícia Militar em cumprir o estatuto acima, por meio de análise das ações que a mesma expõe, tendo também como objetivo um melhor relacionamento com a comunidade. Buscando também relatar o papel do profissional de Relações Públicas nas atividades de transparência permitindo que a população tenha uma visão clara das ações que a instituição desenvolve dentro e fora da corporação.

As várias tentativas fracassadas com ações em modelos tradicionais de segurança que seria aquele militar com postura rígida e mentalidade daquele policial

que ao ir a uma ocorrência é somente para atender aquela diligência e não se envolver emocionalmente, modelo que segundo Muniz (2001) dura quase 160 anos da história das organizações policiais no Brasil, segundo o autor estas organizações estiveram voltadas para a proteção do Estado e contra a sociedade. O fazer polícia significava defender o Estado contra o cidadão fato que está bastante claro na farta documentação histórica, legal e formal existente, de acordo com o autor.

A ideia que se tinha, e que vigorou por um bom tempo, é que as organizações policiais deveriam se proteger de uma sociedade insurreta, rebelde e isso poderia contaminá-la ou poluí-la, segundo afirma o autor. Esse modelo tradicional tem falhado e gerado um sentimento de descrença na capacidade das instituições públicas de deter o crescimento da violência e criminalidade de forma pacífica.

Através da mídia, jornais, revistas, redes sociais e noticiários em televisão e dados divulgados em relatórios científicos, podemos ter conhecimento do grau de violência em nosso estado. Com base nos trabalhos do Núcleo de Estatística e Análise Criminal (NEAC) disponibilizado no site da Secretaria de Segurança Pública (SSP) do Estado que realiza, coleta e analisa diariamente os registros produzidos pelos órgãos da Segurança Pública através da aplicação tecnológica denominada: Sistema de Gerenciamento Operacional Unificado (SisGOU).

Através de um boletim¹ mensal da estatística criminal de Alagoas, acessível a todos os cidadãos no site da SSP onde no ano de 2019 houve uma baixa em crimes violentos letais e intencionais em comparação aos anos de 2017 e 2018. Mas apesar da marginalização e da proliferação da violência terem entrado em uma linha decrescente no último ano, ainda há um longo trabalho a ser feito no combate ao crime.

É necessário entender como a Polícia Militar de Alagoas comporta-se frente este dilema que é a violência no estado de Alagoas. Como são suas políticas de prevenção. Como a imagem institucional tem sido divulgada para sociedade. Mesmo sendo um órgão necessário, deve-se levar em consideração que há a necessidade de cativar e ganhar boa reputação diante da comunidade, pois ela pode e é uma

¹http://seguranca.al.gov.br/wp-content/uploads/arquivos/351_arquivos.pdf

grande aliada no combate à criminalidade, com ferramentas disponibilizadas pela própria instituição como será visto neste trabalho, como exemplo o disque denúncia. Sendo necessário nutrir o respeito e uma boa convivência com a sociedade, o caminho a percorrer ainda é longo, mas com base nas ações que serão vistas neste trabalho, pode-se dizer que os primeiros passos estão sendo dados, baseado nos projetos sociais conforme será mostrado no capítulo três neste trabalho.

CAPÍTULO 1 A POLÍCIA MILITAR DE ALAGOAS

Para melhor entendimento deste trabalho e de qual polícia foi feita a análise é necessário fazer a distinção entre a Polícia Civil e Polícia Militar. A Polícia Civil é dirigida pelos delegados, que têm como função investigativa, e averiguar as denúncias feitas e prosseguir com a resolução das infrações a lei. Ela também é chamada de Polícia Judiciária, ela atua após as ocorrências dos crimes, responsabilizada também pelos boletins de ocorrências que registram queixas de assaltos e outros crimes. Não necessariamente anda fardada. Já a Polícia Militar é caracterizada pelo policiamento ostensivo e caracteriza-se pela evidência do trabalho da polícia à população, pelo uso, por exemplo, de viaturas caracterizadas, uniformes, ou até mesmo distintivos capazes de tornar os agentes policiais identificáveis por todos, pois ela em serviço está sempre uniformizada, conforme Decreto nº 88.777/83, descrito no parágrafo a baixo. É importante lembrar, que o intuito desse trabalho, é analisar a polícia militar de Alagoas (PMAL), pois como já dito, é ela que lida diariamente com o serviço ostensivo.

O policiamento ostensivo, conforme definição dada pelo Decreto nº 88.777/83, é a “ação policial, exclusiva das Polícias Militares, em cujo emprego o homem ou a fração de tropa engajados sejam identificados de relance, quer pela farda, quer pelo equipamento, ou viatura, objetivando a manutenção da ordem pública”. Diferente da civil ela é aquela que todos reconhecem na rua, e precisa ser identificável pelos usos das ferramentas já mencionadas, responsável por manter a ordem pública. De acordo com o artigo 144 da Constituição Federal de 1988, são denominadas polícias militares no Brasil as forças de segurança pública das unidades federativas que têm como função primordial a polícia ostensiva e a preservação da ordem pública nos Estados brasileiros e no Distrito Federal, além disso, ela responde ao poder executivo estadual.

A Polícia Militar é um órgão responsável pela manutenção da ordem pública, pela prevenção e repressão de diversos ilícitos na sociedade. Para melhor entendimento desse órgão do Estado, é importante trazer um pouco de sua história. A PM de Alagoas foi criada em 03 de fevereiro de 1832, recebendo a denominação de Corpo de Guardas Municipais Permanentes, sua primeira missão manter a ordem interna na província de Alagoas.

Ela teve participação em diversos acontecimentos históricos, a exemplo da Guerra do Paraguai, em 1865, compondo o 20º Batalhão de Voluntários da Pátria. Mas no Brasil mais precisamente na década de 30, eclodi no estado de São Paulo a Revolução Constitucionalista, que tinha por objetivo depor o chefe do governo provisório da nação, Getúlio Vargas. Com um efetivo de cerca de 350 homens, as tropas alagoanas partiam para combater em outro estado, incorporando-se às forças nacionais. Partindo para o Nordeste a PMAL se destacou no combate ao cangaço no sertão do nordeste brasileiro, combatendo o bando liderado por Virgulino Ferreira da Silva, conhecido até os dias de hoje como Lampião.

No cenário internacional a PMAL deu sua contribuição na história com o marco que aconteceu em setembro de 1939, a segunda guerra mundial. A Europa então vivia um cenário de guerra como conflito que se iniciou em setembro de 1939, quando o exército alemão invadiu a Polônia, sob o comando de Adolf Hitler. Num esforço conjunto, diversas nações ao redor do mundo se aliam a fim de combater os países formados por Itália e Japão, além da Alemanha, que tinham por nome o Eixo. Em 28 de janeiro de 1942 o Brasil rompe relações diplomáticas com o eixo e então a marinha brasileira começou a sofrer ataques aos seus navios, nesse momento a Polícia Militar de Alagoas recebeu a missão de patrulhar a costa alagoana.

Findada a Guerra, uma nova Constituição do Brasil é promulgada em 18 de setembro de 1946, contemplando com especificidade as organizações policiais militares dos estados federados. Segundo o texto legal, as polícias militares deveriam ser instituídas para a segurança interna e manutenção da ordem nos estados, muito embora continuassem na condição de forças auxiliares e reservas do Exército, podendo ser mobilizadas em época de guerra externa ou civil. Já a promulgação da Constituição Federal em 05 de outubro de 1988, que ficou conhecida como “Constituição Cidadã”, a missão das Polícias Militares do Brasil ficou definida no artigo 144, o qual assegura que a segurança pública é um dever do Estado, sendo, portanto, direito e responsabilidade de todos, sendo exercida com o propósito da preservação da ordem pública e da incolumidade das pessoas e do patrimônio. Em seu parágrafo 5º define: “Às polícias militares cabem a polícia ostensiva e a preservação da ordem pública.”

Todos que fazem parte da corporação devem saber claramente o propósito, a razão da existência da organização para que suas ações sejam baseadas e guiadas por uma razão superior, a fim de que se tenha ações padronizadas entre todos os militares. Para isso toda instituição deve ter 3 pilares essenciais que são, sua missão, visão e valor. Podemos definir de acordo com Liberato (2018), a missão como a razão de ser de uma empresa, o propósito pelo qual trabalham e se esforçam. Visão é basicamente saber aonde se quer chegar no futuro. Os valores são os princípios que regem as ações e comportamentos de todos os indivíduos que fazem parte da organização.

A Polícia Militar do nosso estado também possui esse tripé, onde pode ser encontrado no site oficial da instituição e são apresentados como missão promover a paz social no Estado de Alagoas, respeitando a dignidade da pessoa humana, através de ações proativas e reativas do policiamento ostensivo em suas diversas modalidades. Sua visão é ser referência nacional como Instituição de promoção da Paz Social e em respeito aos Direitos Humanos, este é um dos grandes desafios da instituição em avançar e modificar a postura dos policiais militares em demonstrar de forma clara que a polícia militar é um agente da paz, como fala a visão da instituição, pois essa é uma das principais críticas que a população tem para com os militares, serem pacificadores, ao invés de serem apenas agentes combatentes, sendo combatente no sentido de agir somente por meio da violência para solucionar problemas da criminalidade. E tem também os valores que são Patriotismo, Civismo, Fé na missão da PMAL, Devotamento à profissão, Camaradagem, Aprimoramento técnico-profissional, Coragem, Respeito aos Direitos Humanos, Honestidade, Justiça e Verdade.

O cidadão para torna-se um PM precisa passar em concurso público próprio para o cargo. Ao passar ele ingressa na chamada escola de formação de praças, chamado de Curso de Aperfeiçoamento de Praças (CFAP). A grade curricular do curso demonstra a preocupação com o social desta instituição. Ela passou ao longo dos anos por atualizações para melhorar a formação dos novos policiais.

O primeiro contato que o civil tem com o militarismo após ser aprovado em um concurso público para soldado é o Curso de formação e aperfeiçoamento de

praça (CFAP) ou Curso de formação de oficiais (CFO) para aqueles que foram aprovados no concurso público para oficiais.

No CFAP o militar passará por um curso de formação de no mínimo 8 meses, que o habilitará a chegar no posto de até segundo sargento. O curso é ofertado na unidade de ensino por nome CFAP como dito anteriormente, o mesmo se localiza no bairro do Trapiche da Barra. Durante o curso o aluno passa por vários tipos de avaliações sejam escritas onde é necessário atingir a média mínima para ser aprovado, quanto de conduta, por não possuir instabilidade, caso o aluno se envolva em delito ou for considerado mentalmente incapaz poderá ser desligado do curso.

A grade de formação do soldado consiste em: Polícia Comunitária, com carga horária de 45 horas, o militar aprende o que é o policiamento comunitário, desde sua origem e fundação até os valores fundamentais que consistem em uma aproximação diferenciada da comunidade, começando com a construção de bases comunitárias em áreas consideradas de alta periculosidade, buscando uma aproximação através de projetos sociais, que atendem desde a criança até o idoso, com eventos culturais e assistência médica. Nessa disciplina o militar é instruído que sua função não se resume exclusivamente a combater a criminalidade de forma ostensiva e repressiva, mas ajudando no bem-estar da comunidade, também é uma forma de combater o crime. Podemos ver a prática dessa matéria através das bases comunitárias que prestam serviços à população, conforme capítulo 3 deste trabalho.

Gerenciamento de Crises, com carga horária de 60hs, o militar nessa disciplina tem instrução de como identificar o que é uma crise e como evitá-la sem o uso da força. Irá aprender técnicas de negociação a serem aplicadas em diferentes contextos, que abrangem desde manifestações em reintegração de posse, movimentos sem-terra, até negociações com reféns, e pessoas tentando o suicídio. Vale ressaltar que o curso de formação CFAP, não o habilita para ser um negociador e sim lhe dá uma noção básica, pois para isso a Polícia Militar de Alagoas possui o CGCDHPC (Centro de Gerenciamento de Crises, Direitos Humanos e Polícia Comunitária). Nesta matéria o gerenciamento de Crise não é visto como os profissionais de comunicação trabalham, seria importante trabalhar nesta matéria também momentos de crise de imagem da instituição, e como proceder diante problemas que possam surgir devido uma mal abordagem, casos de escândalos que

possam surgir na corporação e como se comportar frente a esses problemas. No capítulo 2 será mostrado como a equipe de comunicação da instituição pode ajudar neste processo.

A matéria de Cidadania e Direitos Humanos carga horária de 60hs, o militar aprende o que é, e quais são os direitos humanos, sua história e como os direitos humanos devem de forma positiva influenciar no exercício de sua função, mostrando ao militar que todos os cidadãos são iguais e merece respeito, essa disciplina é uma das primeiras a serem ministradas no curso e é motivo de muitas críticas da população onde argumenta-se que alguns policiais não cumprem esses ensinamentos, é importante ressaltar que essa disciplina é uma forma de incentivar e ensinar os policiais, até então alunos no CFAP, sobre o estatuto da polícia citado na introdução deste trabalho.

A disciplina de História da PMAL, com carga horária de 20hs, o militar irá ver de forma geral a história dessa corporação, não só em Alagoas como no Brasil. Assim também como Normas e Regulamentos Institucionais, com carga horária de 45hs. O militar irá aprender o regulamento interno da instituição, as normas disciplinares, seus direitos e deveres, e quais as punições quando as normas não são cumpridas, a carga horária desta matéria poderia ser aumentada para mais fixação na mente dos então alunos, para que possam ser formados no rigor dos procedimentos e consciência se não plena, mas próxima disso. Para serem militares moldados para agirem dentro nas normas e procedimentos corretos conforme determina o estatuto da PMAL.

A disciplina de Fundamento Jurídico da Atividade Policial, com carga horária de 60hs, essa disciplina tanto pode ser ministrada por militares formados em Direto, quanto por delegados da Polícia Civil, o militar deve agir sempre dentro da legalidade, nessa disciplina o militar irá ter uma grande noção do direito, principalmente constitucional e penal, ele irá estudar as leis referentes à atividade policial, como abuso de autoridade, os direitos e deveres do cidadão. Nessa disciplina muitos estudos de caso são debatidos em sala de aula mostrando a forma correta da aplicação da lei. Fundamentos do Direito Militar, com carga horária de 30hs, estudado o regulamento interno da polícia, e ver algumas noções do direito especificamente voltado para o serviço policial.

A disciplina de Abordagem Sociopatológica da Violência e do Crime, com carga horária de 20hs, disciplina ministrada por um militar com formação em psicologia, nessa disciplina são estudados perfis de criminosos, como identificar o perfil de um psicopata e sociopata, e estudo de casos são debatidos em sala.

Elementos da Comunicação Interna, disciplina chamada de Telecomunicações PM, com carga horária de 20hs, o aluno aprende o código Q, que consiste em nomenclaturas a serem usadas na comunicação entre os militares quando em serviço, são linguagens próprias para comunicação entre os policiais. Documentação Técnica, com carga horária de 20, conhece e aprende todas as documentações que o policial militar elabora quando está em serviço.

A disciplina de Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS) com carga horária de 20hs. Nessa disciplina o militar aprender a língua brasileira de sinais, que é um requisito de inclusão social, ensinado uma noção básica aos policiais. Relações Humanas e interpessoais com carga horária de 60hs, o aluno irá expor a sua vida pessoal e seus problemas e através de técnicas didáticas utilizadas pelos instrutores ocorrem uma interação com os outros alunos. Quando ele expõe alguma dificuldade familiar grave, ele recebe algum tipo de acompanhamento.

Existem também as matérias práticas da grade que ajudam e treinam os alunos, para o exercício prático das táticas militares tais como: Treinamento Físico Militar (TFM), com carga horária de 60hs, o exercício físico ocorre pelo menos três vezes na semana para dar condicionamento físico ao militar para melhor exercer sua atividade. Ordem Unida com carga horária de 60hs, nessa disciplina o militar aprende os movimentos que são específicos da vida militar, onde são treinadas as marchas militares e desfiles cívicos. Policiamento Ostensivo geral com carga horária de 100h, uma das instruções mais importantes e extensa para a formação do policial, pois quase tudo o que se trata da parte prática da atividade do policial é ensinada nessa disciplina, o aluno aprende as técnicas e táticas para o serviço, como por exemplo abordagens, por isso a carga horária é a mais extensa do curso.

Armamento Munição e Tiro, com carga horária de 100hs. O aluno terá o primeiro contato com armas de fogo, iniciando com a parte teórica em sala de aula se estendendo em montagem e desmontagem de armas, e finalizando com a prática de tiro, habilitando o aluno a portar e usar arma de fogo, nessa disciplina o militar

aprender a manusear e atirar com diversos calibres. Outra matéria prática é a Preservação do local do crime com carga horária de 30hs, nessa disciplina o aluno aprende quais os primeiros procedimentos devem ser tomados ao chegar no local do crime como por exemplo isolamento.

Uso Diferencial da Força, com carga horária 60hs, o aluno irá aprender a fazer o uso escalonado da força, ou uso progressivo da força, aprendendo desde verbalização, uso de meios não letais e baixa letalidade como munição de elastômero e tazer, até o uso da arma de fogo. Defesa Pessoal, com carga horária de 40hs. Nessa disciplina o aluno aprenderá técnicas de defesa pessoal e imobilização. Condutor de Viaturas Policiais, com carga horária de 66hs, nessa disciplina o militar aprenderá uma noção básica da mecânica das viaturas, direção defensiva e ofensiva.

É importante termos uma noção rápida de como esses profissionais são preparados em sua base, pois é na escola de formação dos soldados, que cada policial tem seu primeiro contato com a instituição e é moldado a mentalidade de um cidadão que antes era apenas civil, mas agora passa a ser um agente auxiliador da lei. No curso de formação o militar não terá apenas instrução específica para o militarismo como armamento, e legislação específica da função, mas também é trabalhado a questão humana como visto nas disciplinas citadas de Direitos Humanos, Polícia Comunitária, Relações Humanas Interpessoais.

A Polícia Militar também possui alguns batalhões que não visam apenas combater a criminalidade nas ruas lidando diariamente com criminosos, mas também tem a função de educar sobre a questão das leis de trânsito, assim também como a preocupação com a população nas ruas e rodovias. É o caso do batalhão de trânsito (BPTRAN) que apesar de não descartar a função ostensiva e repressiva previstos no artigo 144 da Constituição Federal, possui uma especialização diferente das demais unidades, pois o BPTRAN é responsável pelo policiamento no trânsito, fiscalizando, autuando as infrações e orientando tanto os condutores de veículos quanto pedestres, um grande destaque é a lei 11.705 aprovada em 2008, conhecida como Lei seca, conhecida por esse nome por reduzir a tolerância de álcool no sangue de quem dirige.

Com a sanção da nova lei o código de trânsito brasileiro foi alterado e provocou uma mudança nos hábitos da população brasileira. A antiga lei permitia a ingestão de até 6 decigramas de álcool por litro de sangue, (o equivalente a dois copos de cerveja). Quando foi sancionada, a lei seca tolerava 0,1 mg de álcool por litro de sangue. Atualmente, o nível máximo é de 0,5 mg/l, o rigor para motoristas que fazem ingestão de álcool diminuiu consideravelmente.

Também contamos com a Polícia Rodoviária Estadual (BPRV) que trabalha especificamente com os motoristas e questões ligadas a eles nas rodovias, fiscalizando ônibus e vans interestaduais e intermunicipais diferente do BPTAN que tem sua atuação somente ligados ao comando da polícia na capital (CPC). Ambos lidam como educação e fiscalização do trânsito. O Batalhão Rodoviário atua em todos as cidades do estado, enquanto o BPTAN apenas dentro da capital.

Outra especialidade é o Batalhão Ambiental, cuja função é de tentar inibir o corte ilegal de árvores, o tráfico de animais silvestres e a destruição florestal, no ano de 2019 foram resgatados mais de 5.500 animais silvestres e apreendidos quase 25 mil metros de redes de pesca predatória, 15 mil petrechos de pesca proibidos, mais de 2,5 toneladas de carvão vegetal, 159 m³ de madeira, além de outras toneladas de materiais irregulares. É um batalhão que visa realmente conscientizar a população para os cuidados com a natureza, conforme mostra figuras abaixo:

Imagem1



Imagem do Batalhão Ambiental em ensinamento a crianças Fonte: Site oficial do governo de Alagoas

O começo dessa conscientização com o meio ambiente começa na formação de base com as crianças, é o caso da figura acima, com a visita de crianças ao batalhão ambiental conforme fonte do site oficial do governo de Alagoas, a imagem foi alusiva ao dia do soldado em agosto de 2017.

Imagem 2



Imagem do Batalhão Ambiental alusivo aos 27 anos em defesa do meio ambiente. Fonte: Agência de Alagoas

A imagem é em comemoração aos 27 anos desse batalhão que visa à defesa do meio ambiente, extraída do site oficial do governo de Alagoas em junho de 2016.

É importante também mencionar sobre a Polícia Montada que está presente em todos os Estados brasileiros. Em alguns destes Estados o Esquadrão de Polícia Montada ou Regimento da Cavalaria ajuda na reabilitação de deficientes físicos e mentais, através da Equoterapia, é um método terapêutico que é usado paralelamente a terapia tradicional, que usa eqüinosno desenvolvimento bio-psicosocial de deficientes. Esta é uma das ações da nossa Polícia Militar de prestar serviço público além do que a população é acostumada a ver em vez de apenas armas, usarem do gesto solidário para quem precisa.

A Polícia Militar também possui batalhões que fazem a ronda ostensiva nas ruas, contando com os batalhões de bairros, que atendem cada região, formados por grupos de bairros. Assim também como o batalhão por nome de Rádio Patrulha (BPRP) que é o policiamento estendida a todas as regiões. Segundo a doutrina do

batalhão de Rádio patrulha fevereiro/2015;capítulo I seção II, é atribuição do BPRP apoiar tática e operacionalmente as unidades de área; saturar, em prevenção e repressão, áreas com índice elevado de criminalidade; atuar em situações de suspeitos em barricadas e homiziados; ações e abordagens táticas em locais, veículos e pessoas; combater o narcotráfico e o crime organizado de forma geral e em apoio a outras forças; escoltar e proteger dignitários, testemunhas, presos, valores, de acordo com o interesse da corporação ; promover instrução, orientação e acompanhamento aos demais grupos táticos da corporação, de interesse da DE, comandante do CPC e comando Geral.

Semelhante as funções da BPRP é o Batalhão de Operações Policiais Especial (BOPE), que também fazem ronda ostensiva, mas atua em ocorrências bem específicas, como tomada de reféns, assalto a banco; ocorrências envolvendo artefatos explosivos; rebeliões em presídios; atua também como tropa de choque.

Batalhões de área como 1º Batalhão, 2º Batalhão, são responsáveis pelo policiamento em determinadas áreas, diferente das unidades especializadas, sua área de atuação é limitada cada batalhão de área é responsável por determinados bairros, onde a áreas de um batalhão termina a de outro batalhão se inicia, dessa forma todos os bairros de Maceió possuem um batalhão responsável por aquela região.

Para ajudar todos esses batalhões que formam uma única instituição que é a Polícia Militar de Alagoas, será estudado neste trabalho as técnicas de Comunicação Social, como media training, gerenciamento de crises, assessoria de comunicação, ferramentas que utilizadas por um profissional capacitado, como é o caso do relações públicas, podem cooperar para melhoria da imagem da instituição perante a sociedade.

CAPÍTULO 2 RELAÇÕES PÚBLICAS, COMUNICAÇÃO PÚBLICA E IMAGEM INSTITUCIONAL.

A instituição pública deve ser hoje entendida como instituição aberta, que interage com a sociedade. Ela precisa atuar como um órgão que ultrapassa os muros da burocracia para chegar ao cidadão comum, graças a um trabalho conjunto com os meios de comunicação. E se refere à interação e ao fluxo de informação vinculados a temas de interesse coletivo.

Para colocar em prática os princípios, faz-se necessário adotar o verdadeiro sentido da comunicação pública estatal, que é o do interesse público. O poder público tem obrigação de prestar contas à sociedade e ao cidadão, razão de sua existência. É preciso que os governantes tenham um maior compromisso público com a comunicação por eles gerada, diante dos altos investimentos feitos com o dinheiro público. (MATOS, 2012, p 15)

A comunicação pública precisa ser o órgão que ouve a sociedade, que atende às demandas sociais, procurando, por meio da abertura de canais, amenizar os problemas cruciais da população, como saúde, educação, transportes, moradia e exclusão social.

2.1 Comunicação Governamental

Uma das vertentes da Comunicação Pública é a Comunicação Governamental, de responsabilidade do Governo do Estado e que estabelece um fluxo informativo entre governo e cidadãos. A Comunicação Governamental pode ser entendida ainda, segundo Brandão, como instrumento de construção da agenda pública, que:

Direciona seu trabalho para a prestação de contas, o estímulo para o engajamento da população nas políticas adotadas, o reconhecimento das ações promovidas nos campos políticos, econômico e social, em suma provoca o debate público. Trata-se de uma forma legítima de um governo prestar contas e levar ao conhecimento da opinião pública os projetos, ações, atividades e políticas que realiza e que são de interesse público (BRANDÃO, 2009, p. 05)

A Comunicação Governamental traz como um dos seus objetivos centrais a busca da opinião pública favorável ao governo que a pratica. O governo busca estratégias, e planos para estreitar seus relacionamentos com seus diversos públicos. Assim também como construir uma identidade e a imagem da instituição, e seu principal objetivo é vender-se para seus públicos que seria os cidadãos, seja sua imagem, suas ideias e convicções, e assim obter visibilidade, credibilidade, poder, lucros financeiros ou crescimento moral na sociedade.

Para atingir seu objetivo de vender suas ideias, o governo utiliza-se de ferramentas diversas, como: técnicas de pesquisas (pesquisa de opinião, clima organizacional), técnicas de marketing, os métodos utilizados por profissionais de relações públicas, de marketing, publicidade e jornalismo são eficientes e causam efeitos positivos, mas também existe uma ferramenta muito eficiente que é a viabilizada pelo contato pessoal, olho no olho, para que se possa melhor detectar as dificuldades que surgem como diferenças em níveis ideológicos, de valores culturais, e de diferentes níveis intelectuais presentes na sociedade. Uma pesquisa realizada em 2014 pela revista ²Adweek que é a publicação semanal do comércio, negócio e de publicidade dos Estados Unidos, 74% de todos os consumidores percebem que o boca a boca é o influenciador chave na decisão de compra. Não apenas na decisão de compra de um produto palpável, mas também intangíveis, como a compra de uma ideia e de uma imagem representada.

Outra estratégia importante são as mídias de massa, são utilizados canais para transmitir a informação de maneira mais massiva, com o uso da televisão, rádios, impressos em geral, e a internet, as mídias de massa conseguem ser positivas na missão de transmissão de informação para o maior número de pessoas, em menor espaço de tempo.

Os órgãos públicos devem saber que manter um bom relacionamento e disseminar informações claras e corretas para os cidadãos é de sua responsabilidade. Deve entender então que Comunicação Pública é um processo comunicativo que trabalha com a informação voltada para a cidadania, e é aquela praticada pelos órgãos responsáveis pela administração pública com o intuito da prática da boa governança. Deve-se entender também como a comunicação

²<http://www.adweek.com/digital/ogilvy-cannes-study-behold-the-power-of-word-of-mouth/?red=pr>

governamental quando tem o objetivo de criar agenda pública como citada no começo desse capítulo baseado pelo autor Brandão, para prestação de contas do Governo e do Estado, conforme determinação da Lei nº 12.813 , art. 11 do ano de 2013que diz “Os agentes públicos mencionados nos incisos I a IV do art. 2º deverão, ainda, divulgar, diariamente, por meio da rede mundial de computadores - internet, sua agenda de compromissos públicos.” , sendo uma boa forma de levar ao conhecimento de todos os projetos, ações, atividades que são realizadas e são de interesse coletivo.

A comunicação pública precisa ter também como objetivos, engajar a população com os trabalhos desenvolvidos no âmbito social e político, e despertar o interesse em áreas comuns a todos, como mostrar a importância de todos os eleitores comparecem as eleições, assim também como o alistamento militar, apelando para o sentimento cívico de todos. Precisa-se levar em consideração o dever do governo de ensinar, usando essa porta da comunicação para ensinar sobre as leis de trânsito, campanhas de vacinação e saúde preventiva da mulher e do homem, a importância do aleitamento materno, entre outros assuntos de importância e relevância de todos. Os meios mais usados são os de mídia de massa, já mencionados no começo deste capítulo, que são a televisão, rádio, internet, e impressos em geral como jornais e revistas. As mídias de massa são baseadas na disseminação de informação para o máximo de pessoas, apesar desses canais muitas vezes oferecerem informações com caráter superficial, é a grande fonte da construção das narrativas sociais.

Em contrapartida tem também o lado do cidadão, pois a comunicação deve ser uma via de mão dupla, sendo assim o cidadão também precisa se fazer ouvir. Para isso o próprio governo precisa disponibilizar canais para participação ativa da população, entre esses canais está a disponibilização das ouvidorias, dos 0800, e dos conselhos regionais. Além claro, do crescimento acelerado das tecnologias de informação como é o caso das mídias digitais.

No âmbito da comunicação pública podemos agrupar as diferentes áreas em alguns pontos importantes para melhor entendimento, conforme nos mostra Duarte (2010, p. 62) onde nos apresenta sete pontos demonstrado na tabela abaixo.

Institucionais	Referentes ao papel, responsabilidades e funcionamento das organizações – o aparato relativo à estrutura, políticas, serviços, responsabilidades e funções dos agentes públicos, poderes, esferas governamentais, entes federativos, entidades, além dos direitos e deveres do cidadão. O que esperar, onde buscar e reclamar.
De gestão:	Relativos ao processo decisório e de ação dos agentes que atuam em temas de interesse público. Incluem discursos, metas, intenções, motivações, prioridades e objetivos dos agentes para esclarecer, orientar e municiar o debate público. O cidadão e os diferentes atores precisam saber o que está acontecendo em temas relacionados a acordos, ações políticas, prioridades, debates, execução de ações.
De utilidade pública	Sobre temas relacionados ao dia-a-dia das pessoas, geralmente serviços e orientações. Imposto de renda, campanhas de vacinação, sinalização, causas sociais, informações sobre serviços à disposição e seu uso são exemplos típicos.
De prestação de contas:	Dizem respeito à explicação e esclarecimento sobre decisões políticas e uso de recursos públicos. Viabiliza o conhecimento, avaliação e fiscalização da ação de um governo;
De interesse privado	As que dizem respeito exclusivamente ao cidadão, empresa ou instituição. Um exemplo: dados de imposto de renda, cadastros bancários;
Mercadológicos:	Referem-se a produtos e serviços que participam de concorrência no mercado;
Dados públicos:	Informações de controle do estado e que dizem respeito ao conjunto da sociedade e a seu funcionamento. Exemplos: normas legais, estatísticas, decisões judiciais, documentos históricos, legislação e normas.

Podemos perceber que esses pontos podem servir de bússola, pois nos norteiam sobre aspectos importantes da comunicação pública onde precisamos trabalhar a consolidação de imagem institucional perante a sociedade, prestando serviços de utilidade pública, mostrando preocupação com as causas sociais. Além do mais, um aspecto importante é a clareza do seu trabalho, no ponto de prestação de contas podemos observar que é de suma importância trabalhar na instituição a transparência em suas atividades, para ganhar a confiança da população, além dos dados públicos. Quando há falha nos procedimentos internos, não se devem

mascarar os erros, mas apurar o que ocorreu de fato e mostrar de maneira periódica o que está sendo feito para reverter a situação, atualizando sempre a sociedade do problema em questão e do que está sendo feito para reverter as falhas internas de procedimento.

2.1.10 O profissional de relações públicas na comunicação pública e governamental.

Para o profissional de relações públicas o desafio é lidar com uma área onde muitas vezes o objetivo é a autopromoção da direção, e atender aos anseios do corpo dirigente, sem trabalhar com o intuito verdadeiro da comunicação pública, que é prestar contas aos seus públicos e disseminar informações de interesse coletivo.

É bem verdade que novos debates sobre a Comunicação Pública vêm sendo levantadas com a intenção de mudar o foco dos interesses de grupos políticos, para o interesse da sociedade. Ou seja, não como tradicionalmente é feito, visando atender os interesses dos gestores e políticos, mas focar no que o cidadão precisa receber de informação, clara e transparente.

Informação é a base primária do conhecimento, da interpretação, do diálogo, da decisão. Quando a informação é adequadamente assimilada, produz conhecimento, modifica o estoque mental de informações no indivíduo e traz benefícios ao seu desenvolvimento e ao desenvolvimento da sociedade em que vive. (DUARTE, 2009. p. 62)

Comunicação Pública precisa ser mais do que apenas passar informação, é dar ao cidadão as ferramentas necessárias para ter conhecimento de toda informação que lhe diz respeito e que é do seu interesse, embora muitas vezes não busque por não ter consciência que elas existem. Para que ela venha fluir é necessário que haja alguns pontos, como credibilidade dos interlocutores, meios e instrumentos adequados, usando sempre uma pedagogia voltada para necessidade de cada público.

O profissional de relações públicas também pode ser um parceiro da organização nas Assessorias de Comunicação, trabalhando junto com os interesses

da direção, presidentes, governadores, e líderes da alta cúpula das instituições governamentais ou não.

Um dos objetivos das Relações Públicas nas assessorias de comunicação é de dar visibilidade, colocar em evidência, abrindo espaço nas mídias e buscando defender a instituição de qualquer imagem negativa que a esteja prejudicando, quando em momentos de crise as notícias são viralizadas de forma muito rápida, sendo assim uma assessoria é importante para ser o elo entre a instituição e a mídia.

Vale ressaltar que diferente do que vimos na Comunicação Pública, que seu objetivo deve ser voltado a passar informação de forma clara e didática ao cidadão, nesse modelo de comunicação das assessorias, o foco é o relacionamento com as mídias e plataformas digitais, alimentando a sede dos veículos midiáticos por informação, e não necessariamente preocupar-se com o cidadão. Sabe-se que o povo precisa de informação, mas utiliza-se da visão jornalística da comunicação para transmiti-la, como instrumentos ideais para isso, geralmente as mídias usadas são internet, rádio, impressos em geral, e a televisão. Com o interesse de criar agendas políticas e transformar eventos, ações públicas em espaços de visibilidade positiva nas grandes mídias de massa.

2.1.2 Opinião pública

A imagem institucional está fortemente vinculada à relação da empresa com a opinião pública. O advento e desenvolvimento dos meios de comunicação fizeram com que eles alcançassem uma forte e considerável influência acerca do que pensa a sociedade. A opinião pública é aquela formada pela discussão geral, e não particular e pessoal, acerca de assuntos de importância social. Sendo todo debate que tem como origem uma discussão coletiva e de relevância pública, mesmo que não seja algo decisivo para toda sociedade. É justamente ela que faz a intermediação entre sociedade e o Estado, inclusive nas corridas eleitorais os futuros governantes entram numa batalha para serem aceitos pela opinião pública.

[...] considerado o produto de políticas das Relações Públicas pelas quais se pretende atender aos interesses dos diversos públicos, cuja opinião se torna opinião pública. Esta tem as características seguintes: não é unânime, não é necessariamente a opinião da maioria, não corresponde à opinião de qualquer elemento do público, é uma opinião composta, por corresponder a posições várias, e está em formação contínua. Trata-se de uma ficção estatística ou de um construtor social, indispensável ao poder político como: forma de legitimação, instrumento do exercício de poder e objeto de manipulação. (MARTINS, 2014, p. 50).

Para traduzir a opinião pública em números e gráficos utilizam-se de pesquisas de opinião, e sobre essas pesquisas a autora Cynthia Crossem (1996, p112) argumenta que “tal como os físicos cujas medições danificam as partículas subatômicas que eles procuram entender, os pesquisadores modificam as pessoas que entrevistam. Fazem isso forçando-as a tomarem uma decisão imediata.” Ora, as pessoas não têm uma opinião formada sobre todos os assuntos que existem a serem abordados no âmbito social, muitas vezes simplesmente nunca pararam para pensar e formar uma opinião sobre o tema proposto pela pesquisa, no entanto as pessoas precisam expressar alguma opinião no momento que o entrevistador lança uma pergunta. E assim informações entram para estatísticas sem necessariamente serem dados verídicos, se pensarmos por esse ponto.

Para autora as opiniões são formuladas muitas vezes por conversas entre familiares e amigos. Ou seja, a opinião pública está sempre em constante transformação e evolução, à medida que amadurecemos, ou mudamos o meio a qual estávamos inseridos anteriormente. Mas vale salientar que, as opiniões podem estar sempre em uma constante crescente, mas o tema abordado nunca deixará de ser de importância social e coletiva, como aleitamento materno, drogas, segurança no trânsito ou aborto.

Segundo Farhat (1992, p. 6), estar “com a opinião pública, contar com seu apoio e obter seu reconhecimento são o supremo desejo de quem tem alguma coisa a propor ou vender à sociedade”, e esse deve ser o objetivo do Relações Públicas na instituição militar, trabalhar a sua imagem para conseguir conquistar a simpatia, o respeito, a credibilidade da população, assim também como o lado positivo da opinião pública.

Sabemos que a opinião pública está em constante mudança, devido que a mente das pessoas está em constante trabalho, o ambiente físico influencia, as mídias influenciam, a opinião pública não nasce do inexistente, mas forma-se a partir da informação de que dispõe a sociedade. Nesse sentido, a opinião pública é, na maior parte das vezes, fruto da opinião publicada e divulgada maciçamente pelos meios de comunicação, assim também como o convívio familiar e social tem grande influência. É necessário que os profissionais de comunicação estejam em constante movimentos e pesquisa para acompanhar essas mudanças, e medir de perto o nível de satisfação da população.

2.2 A construção da imagem da Polícia Militar perante a comunidade: o profissional de relações públicas como parceiro da missão.

O estudo da comunidade é uma das áreas da Relações Públicas, mas é verdade que devido ao interesse das empresas públicas e principalmente das empresas privadas, essa área tem ganhado a cada dia mais força e destaque. As empresas perceberam que a população vem demonstrando interesse por ações de cunho político e social. A sociedade tem se mobilizado por causas comunitárias, demonstrando cada vez mais seu lado humanitário, e as organizações tanto privadas como as públicas tem se interessado em aperfeiçoar o seu lado social para ganhar o respeito e a admiração da comunidade. E o profissional de Relações Públicas possui os conhecimentos necessários para essas organizações conseguirem esse objetivo. Peruzzo, em seu texto “Relações públicas com a comunidade: uma agenda para o século XXI”, 1999, já nos dizia que:

Relações Públicas com a Comunidade, apesar de não ser um tema recente, nem encontrar posição de destaque na bibliografia da área, tem se tornado um assunto de interesse de muitos estudantes e profissionais de relações públicas. O motivo é facilmente detectado: o interesse pelo tema e a implantação de programas de cunho social por um crescente número de empresas. (PERUZZO, 1999, p.3).

As Relações Públicas devem analisar a comunidade como um público a ser estudado, como tem o público interno, o público externo, o concorrente da organização e também a comunidade, que seria o público onde a organização se localiza, podemos dizer então que,

Nessa área é plenamente aceito que comunidade significa o público que vive onde a empresa se localiza. (...). Se a empresa se localiza numa grande cidade, o conceito de comunidade deve restringir-se ao bairro onde ela funciona. Se a cidade é pequena, a comunidade da empresa pode ser a própria cidade (PENTEADO, p.59-60).

Numa perspectiva mais sociológica a comunidade tem seu conceito mais amplo, visando os aspectos culturais, políticos e sociais. São pessoas que partilham do mesmo interesse, dividem a mesma rotina e tem entre si pensamentos em comum, como o pensamento de melhoria de vida onde beneficiaria todos os envolvidos da então comunidade.

Comunidade existe onde quer que os membros de qualquer grupo, pequeno ou grande, vivam juntos de tal modo que partilham, não deste ou daquele interesse, mas das condições básicas de uma vida em comum. (...) O que caracteriza comunidade é que a vida de alguém pode ser totalmente vivida dentro dela e todas as suas relações sociais podem ser encontradas dentro dela. (MACLVER E PAGE 1973, p.122)

Cada comunidade tem suas características peculiares, e não devemos considerar como um grupo de pessoas aglomeradas, mas um ambiente de características ricas que devem ser bem exploradas a fim de extrair dela o melhor, para que quando as estratégias de Relações Públicas foram aplicadas possa trazer o resultado esperado.

Por sua vez, a Polícia Militar por ser uma organização importante para ordem e manutenção do Estado, deve levar em consideração que a boa convivência entre a instituição e a comunidade deve ser estimulada e preservada com boas políticas de aproximação. O soldado da Polícia Militar é a peça chave e humana dessa relação, pois está nas ruas diariamente e interage com a comunidade, devendo criar laços de parceria a fim de evitar que se instale um ambiente social instável, onde tenha conflitos devido a insegurança da população em relação ao policial militar seguindo ambos em parceria em prol de um interesse comum.

O profissional de Relações Públicas tem o papel de trabalhar a imagem institucional, e uma vez trabalhada a sua imagem, refletindo o seu lado positivo, irá ajudar a polícia militar a melhorar o seu relacionamento com a sociedade.

[...] Surge a importante figura do profissional de relações públicas, na busca de ferramentas e estratégias de comunicação que estabeleçam o estreitamento efetivo dos relacionamentos dos públicos com a organização, com o objetivo de zelar pela reputação corporativa. (CARVALHO apud FARIAS, 2011, p.122).

A Polícia Militar de Alagoas precisa desconstruir a imagem negativa que a população tem da instituição, tendo como iniciativa corrigir os erros dentro da corporação, mudando os maus hábitos, como exemplo os abusos de autoridade. A postura rígida e séria ao entrar nas comunidades, o tom de voz autoritário, e os conflitos existentes na hora das abordagens, muitas vezes traz o sentimento de medo no cidadão.

Para isso o profissional de Relações Públicas em parceria com a instituição pode melhorar a divulgação dos programas sociais que a PM já utiliza e serão citados no capítulo 3 deste trabalho. As ações da polícia são poucas divulgadas e estão pouco presentes na memória das pessoas, e a comunidade vem perdendo a confiança, sendo assim, não colabora com a instituição, mas por outro lado sentem uma enorme necessidade de proteção da segurança pública.

O profissional de Relações Públicas tem na organização a característica de produzir uma comunicação estratégica de forma dirigida para a organização e seus públicos. Sendo assim, através das ações promovidas pela PM iremos analisar a tentativa da Polícia Militar de um melhor relacionamento com a comunidade, trabalhando com atividades de transparência, permitindo que a população tenha uma visão clara das ações que a instituição desenvolve dentro e fora da corporação. Como bem fala Wey sobre o profissional de relações públicas:

O relações-públicas tem como funções: planejar, implantar e desenvolver o processo total da comunicação institucional da organização como recurso estratégico de sua interação com seus diferentes públicos, para gerar um conceito favorável sobre a organização, capaz de despertar no público credibilidade, boa vontade para com ela, suas atividades e seus produtos (1988, p.127).

A missão da Polícia também não se restringe a prestar segurança. É muito mais interessante, viável e satisfatório evitar que um crime aconteça do que tentar corrigir ou reprimir a consequência.

A população pode ser uma forte aliada da instituição, colaborando com uma das ferramentas fornecidas que é o 181 da polícia militar, segundo o site da PMAL o Disque-Denúncia é um serviço ativo da Secretaria de Segurança Pública de Alagoas que auxilia de forma expressiva a atuação da Polícia Militar, ainda segundo o site 65% das denúncias detalhadas convertem em resultados positivos, é importante ressaltar que as denúncias podem ser realizadas a partir de qualquer terminal telefônico, inclusive por telefones públicos. Não há a necessidade de identificação.

A Secretaria de Segurança Pública (SSP) fornece também um aplicativo do 181 que pode ser baixado em celulares, computadores e tablets, conforme exemplifica a figura 03.

Imagem3



Imagem do aplicativo 181 do disque denúncia. Fonte: Google Play

O aplicativo possibilita o envio de imagens, áudios, vídeos e a localização. Além do aplicativo, o cidadão pode ligar, de acordo com a Resolução 357/2004, todas as chamadas para os serviços públicos de emergência são fornecidas pela ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) de forma gratuita. Caso o cidadão não deseje baixar o aplicativo, pelo site da SSP, o mesmo terá acesso a uma página do 181 para estar deixando sua denúncia de forma sigilosa, conforme figura 4.

Imagem4

181 DISQUE DENÚNCIA
INFORMAÇÃO QUE FAZ O BEM.

HOME BOMBEIROS PROCURADOS VIDEOS PERGUNTAS FREQUENTES

DENUNCIE AQUI

DENUNCIE

Para denunciar é muito fácil, só preencher o formulário abaixo. Opal mas não se assuste com a quantidade de campos, apenas os que estiverem * são obrigatórios. **Quanto mais informação melhor!**.

Atenção: Caso tenha fotos, vídeos ou áudio pode enviar na área de [anexos](#).

Escolha o tipo da denúncia:

Tráfico	Homicídio	Ferecidos	Arma de Fogo	Roubo	Venda Ilegal de Gás de Cozinha
Estupro	Maus Tratos	Violência Contra a Mulher	Projeto de Segurança Contra Incêndio e Pânico	Crimes Ambientais	Outros

Ativar o Windows
Acesse Configurações para

Imagem da página da SSP, para denúncias do 181. Fonte: site da Segurança Pública

No próprio site da SSP, possui um link que direciona os usuários diretamente para página na internet que está disponibilizado para baixar o mesmo, facilitando a navegação da população.

É importante frisar que, quando o profissional de relações-públicas participa do desenvolvimento de relacionamentos adequados com os públicos, esse departamento adquire valor para a organização e para a sociedade. Ainda, conforme Simões (1998), o processo de Relações Públicas, ou seja, a comunicação organizacional “exercida em consonância com os interesses dos públicos deve levar a organização a ter crédito junto aos públicos e permitir influenciá-los para uma ligação mútua e cooperativo de interesses”.

Apesar da ligação com os públicos existir a muitos anos, é nos dias atuais que se tem visto e trabalhado a importância do relações-públicas abordando com maior relevância as maneiras de relacionar-se. As organizações contemporâneas procuram trabalhar mais abertamente, em constante troca. Essa postura é o que mantém a construção dos laços fortes entre a organização e a comunidade.

2.3 O profissional de relações públicas como assessor de imprensa da Polícia Militar.

Embora no Brasil grande parte desses profissionais tenha formação acadêmica em jornalismo, é preciso lembrar que o assessor de imprensa trabalha com a imagem das organizações, característica peculiar do profissional de Relações Públicas. Mas podemos afirmar que ambas as profissões, assim como os publicitários estão dentro da chamada assessoria da comunicação, como explica Koplín e Ferrareto apud Souza:

A Assessoria de Comunicação Social (AC ou ACS) presta um serviço especializado, coordenando as atividades de comunicação de um assessorado com seus públicos e estabelecendo políticas e estratégias que englobam iniciativas nas áreas de Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda. (2008, p.21).

O assessor de imprensa nas organizações exige ações que vão além da simples divulgação de notícias e do atendimento aos jornalistas. A contribuição que a assessoria pode oferecer é justamente dimensionar os fatos das organizações de acordo com os movimentos e interesses detectados no espaço público.

No Manual de Comunicação da Federação Nacional dos Jornalistas explica que as organizações podem contar com equipes de assessorias de comunicação internas ou terceirizadas e as funções são:

Criar um plano de comunicação (estabelecer a importância deste instrumento tanto no relacionamento com a imprensa como os demais públicos internos e externos); colaborar para a compreensão da sociedade do papel da organização; estabelecer uma imagem comprometida com os seus públicos; criar canais de comunicação internos e externos que divulguem os valores da organização e suas atividades; detectar o que numa organização é de interesse público e o que pode ser aproveitado como material jornalístico; desenvolver uma relação de confiança com os veículos de comunicação; avaliar frequentemente a atuação da equipe de comunicação, visando alcance de resultados positivos; criar instrumentos que permitam mensurar os resultados das ações desenvolvidas, tanto junto à imprensa como aos demais públicos; preparar as fontes de imprensa das organizações para que atendam às demandas da equipe de comunicação de forma eficiente e ágil. (2007, p.8)

A mídia é um campo delicado e cada vez mais determinante para o sucesso ou a destruição da imagem. Quem fornece pistas importantes para trabalhar o assunto, na perspectiva da comunicação, é Doty (1995, p. 252). Ela trata do relacionamento da empresa com a mídia em situações de crise. A autora sustenta que "quando a segurança do público está em jogo, nenhuma empresa está livre dos olhos penetrantes da mídia - seja grande ou pequena". Apesar de não ser, em si, decisiva, ela influencia fortemente a opinião pública a respeito de uma organização e seus serviços. A publicação de uma notícia ruim relacionada à instituição ou uma entrevista que a comprometa pode alcançar prejuízos imensuráveis.

Para a PM melhorar o trabalho da assessoria de imprensa e torná-lo mais completo, seria necessário ter, em cada batalhão, uma pessoa que seja responsável pela comunicação. Não como uma extensão da assessoria, mas como um porta-voz com preparo suficiente para responder pelas pequenas ocorrências de seu batalhão em um nível compatível com o do resultado de seu trabalho. Para que ele seja capacitado para isso é necessário que ele passe por um aperfeiçoamento específico para a função. Neste caso seria indispensável um preparo mínimo através de um media training.

2.3.1 Media training

O conceito de media training é definido por Passadori e Assad (2009, p. 50) como "[...] o treinamento que orienta porta-vozes das empresas para lidar com a mídia." Segundo Duarte (2011, p. 360) nos últimos anos a capacitação de fontes e porta-vozes é um dos instrumentos de assessoria de imprensa que mais se popularizou. Cada vez mais profissionais do ramo empresarial e político, assim também como as organizações e instituições têm adotado o Media Training por sua grande importância na criação e manutenção de uma boa imagem perante a opinião pública, pois o porta-voz da instituição deve ser uma pessoa bem preparada para enfrentar jornalistas, e sempre pronta para responder perguntas difíceis e afiadas, a imagem da instituição depende muito do desempenho dele frente à imprensa, principalmente em situações difíceis. Para Carvas, (2006) algumas táticas importantes o Media Training deve passar para seus assessorados, como:

É fundamental que não se enfrente a imprensa demonstrando despreparo ou, o que é pior, desinteresse pelo problema. O porta-voz deve estar preparado para as perguntas da imprensa. Não há perguntas indiscretas. Em situações de crise, elas tendem ser muito mais ácidas e contundentes. O porta-voz deve responder às perguntas de forma pausada, valendo-se de dados consistentes e bem estruturada, com o tempo disponível e em instalações adequadas, de modo a minimizar efeitos perversos dessas situações. Como aconteceu? Onde aconteceu porque aconteceu? Essas e muitas outras questões precisam ser respondidas, ou ao menos, bem explicadas. Se a imprensa já está acompanhando os acontecimentos, deve ser “falado tudo e rapidamente”. Principalmente com relação aos momentos de crises, torna-se adequado atender a imprensa sem grande demora e passar todas as informações disponíveis e possíveis. (CARVAS, 2006)

O media training deve ser o profissional da comunicação, capaz de orientar os colaboradores de uma corporação a evitarem enganos, distorções, omissões, aumentando a capacidade para a conquista de credibilidade, imagem e reputação

Para as práticas dessas táticas a Polícia Militar de Alagoas, conta com uma assessoria de comunicação que é formada pela 5ª Seção do Estado-Maior Geral, mais conhecida como Assessoria de Comunicação, comandada pelo major Sérgio Galvão, criada em 20 de outubro de 1970, é responsável pela missão de coordenar os assuntos civis e de relações públicas da PM-AL. A implantação fez parte da reestruturação que a PM vivenciou por força da Lei nº 3.116 sancionada no mesmo ano.

O núcleo de Comunicação da Polícia Militar é formado por militares que na maioria possuem alguma formação na área de comunicação, como jornalismo, relações públicas, publicidade e propaganda, ou possuem alguma afinidade na área, esses militares com essa formação específica poderiam contribuir mais para a melhor construção da imagem da polícia militar com a sociedade, sendo mais ativos na manutenção do site institucional da Polícia Militar em Alagoas, sempre atualizando informações de utilidade pública, assim como publicar a agenda de eventos como dias e locais que a banda de música estará presente, criar um canal no youtube com vídeos educacionais, motivacionais, e com objetivo de divulgar o dia a dia do lado social da corporação, assim também como usar de maior criatividade para alimentar as mídias sociais como instgram e facebook.

É bem verdade que na prática e com inúmeras agendas políticas que precisam cumprir a equipe de comunicação não consegue cumprir arrisca tudo que se planeja, mas precisa tentar fazer ao máximo, pois a imagem da corporação pode ser ajudada com os esforços desses profissionais, além de não descuidar de supervisionar as agendas de entrevistas e coletivas que os comandantes dos batalhões precisam cumprir, pois o treinamento antecipado desses militares é importante para o sucesso da missão de manter uma boa imagem da corporação.

Também responsáveis por promoções e eventos, e pela comunicação interna através de comunicados, anúncios e convocações, e externa possuindo uma equipe que serve de porta voz do comando da polícia para as mídias sociais, contudo essa centralização de transmissão da informação, não supre a necessidade da comunidade de se inteirar ou de aproximar da polícia, pois a demanda de ocorrências e ações que a polícia militar executa no estado é muito intensa.

Cada batalhão é responsável pela segurança de determinada área, onde sua área termina outro batalhão é responsável, se cada unidade tivesse um representante da assessoria de imprensa, e usasse as mídias sociais para se comunicar com a população a sua volta, tal proximidade poderia gerar um bom relacionamento a longo prazo, esse relacionamento não seria exclusivo para ocorrências. Reforçando que, sempre necessário um acompanhamento e treinamento da equipe de comunicação geral para andamento correto e padronizado das ações.

2.4 O relações públicas no gerenciamento de crises da Polícia Militar e comunidade.

Crises são eventos repentinos e não previstos que abalam determinada organização e que, mal conduzidos, tendem a trazer efeitos negativos exponenciais duradouros, conforme citado por Oliveira (2007 p. 7), que afirma: "crise é um evento imprevisível, que, potencialmente, provoca prejuízo significativo a uma organização ou empresa e, logicamente, a seus empregados, produtos, condições financeiras, serviços e à sua reputação". O fato de não se lidar satisfatoriamente com um estado de crise redundando em sério abalo à imagem da instituição perante a sociedade, queda de confiança, deterioração de seu nome, perda de seu valor de imagem e, em casos mais graves, sua extinção no campo legal.

Apesar da atividade pública ser relevante e indispensável não impede que determinado evento de crise as atinja e ocasione graves danos à sua imagem. É bem verdade que se tratando da Polícia Militar, não haverá uma extinção da função, pois é base da sociedade ter seu órgão protetor do Estado, mas pode haver sim a extinção da confiança e credibilidade da sociedade e para com a instituição.

Diante do avanço da tecnologia, dos meios de comunicação e o uso das mídias digitais, informações tem ganhado uma acelerada disseminação, e se alastrado rapidamente. Fatos negativos, geradores de crise, também ganham destaque de forma instantânea, uma ação errada e impensada logo pode ser interpretada de diversas maneiras, fazendo com que cada pessoa tome um posicionamento baseado nas informações colhidas, mesmo sem fundamentos confiáveis. Ali a crise já está instalada, e agora se fará necessário trabalhar em cima dela.

O termo Gestão de Crise é amplo. E no campo policial há a confusão do termo, tendo um setor criado de Gerenciamento de crise para a negociação com reféns ou negociação com grupo de pessoas que ocupam determinado prédio ou obstruem vias de acesso, conforme citado anteriormente quando falado da grade curricular do curso de formação dos policiais no primeiro capítulo. O órgão criado para esse gerenciamento é o CGCDHPC (Centro de Gerenciamento de Crise, direitos Humanos e Polícia Comunitária). Porém crise do ponto de vista da comunicação é:

Um acontecimento que, pelo seu potencial explosivo ou inesperado, têm o poder de desestabilizar organizações e governos e suscitar pauta negativa. São acidentes, denúncias, violação de produto, assaltos, crime envolvendo a empresa ou seus empregados, processo judicial, concordata ou crise financeira, reclamação grave de clientes ou fatos semelhantes (FORNI, 2002, p. 373).

É necessário mostrar para instituição de segurança que Gerenciamento de Crise tem muito a ver com o cuidado com a imagem da corporação, e não só resolver conflitos existenciais, mas prever e impedir que novos conflitos venham acontecer, com políticas de prevenção, e um estudo de caso das principais dificuldades que a Polícia Militar enfrenta em seus diversos meios que são inseridos, mas principalmente com a sociedade, como dito anteriormente, precisando ter suas expectativas supridas. Com a ausência de profissionais que pode mediar a situação

e uma gestão de crises por outras pessoas, corre-se o risco de não se obter êxito nas ações, colocando em risco a reputação da instituição.

A imagem de uma instituição possui um valor que não se pode calcular e pôr em números, diante das crises, ou até mesmo antes delas, vale a pena realizar investimentos em ações que não visam lucros diretos, mas que se mantenha a boa reputação entre os públicos, seguindo o pensamento de Brandão (2011), a imagem empresarial é o grande patrimônio de uma empresa. São as diversas percepções dos públicos da organização que fazem com que a imagem seja valorizada ou não.

Desse modo, a instituição preserva a sua reputação e, em algumas situações, quando se demonstram ações estratégicas e transparências, podem até fortalecer a sua imagem perante os públicos gerando boas memórias, tendo como base o autor abaixo citado.

[...] No contexto atual para as empresas e instituições, no entanto, memória é reputação; é seu sinônimo mais claro. Se a memória de um produto é boa, compramos. Se a memória que temos de um político é boa, votamos. A força da experiência passada está presente construindo ou demolindo empresas e carreiras. Uma ação empresarial quando não ou mal explicada vira memória ruim. E a memória - boa ou ruim - registrada em documentos ou na cabeça das pessoas é o que consolida a reputação. (NASSAR, 2006).

A Polícia Militar de Alagoas tem algumas ações que são trabalhadas durante todo ano de forma contínua que podem ajudar no processo de gerar boas memórias na população, e que podem ser melhores divulgadas em suas redes sociais, em campanhas publicitárias em televisão, porque não trabalhar com propagandas também, criar memórias positivas na mente da população e fixar essas ações de forma que perante uma crise de imagem, essas ações possam ser uma âncora que firme as palavras de defesa da corporação militar, dando base e sustentação as suas palavras e estratégias de reconquistar a opinião pública. Para que assim a população venha ser uma aliada da Polícia Militar.

Quando existe um planejamento antecipado de prevenção e gerenciamento de crises, a cultura da integração é fortalecida. Em lugar do imprevisto, trabalha-se com um setor colaborando com o outro, fortalecendo o outro. Somam-se esforços para preservar e proteger a reputação da empresa. Pois, na realidade, todos os

colaboradores de uma companhia são responsáveis pela comunicação. Cada um à sua maneira, cada um de acordo com suas responsabilidades (OLIVEIRA, 2007, p. 165)

Cada policial militar tem a missão de ser um portador da imagem e identidade da instituição é com eles que a sociedade interage, é preciso treinar esses profissionais emocionalmente, ao lidar com situações tão difíceis em seu cotidiano, é preciso que a instituição intensifique o amparo psicológico, com palestras motivacionais, acompanhamento terapêutico e psicológico ainda mais frequente, para que esses policiais tenham condições não apenas física, mas também emocional para lidar com pessoas.

O relações públicas tem uma função importante para o enfrentamento das crises, pois é ele que deve assumir a responsabilidade pela coleta de informações e pela organização dos contatos com a imprensa, e ser o porta voz com os públicos da instituição, o gerenciamento de crises do ponto de vista da comunicação institucional significa que:

Não devem ser subestimadas mínimas situações de risco, pois um eficiente plano de administração de crises começa por um programa exaustivo que consiga evitá-las ou, pelo menos, reduzir a margem de ocorrência. Toda empresa deve procurar investir e uma política de segurança e de prevenção de problemas, seguindo uma linha consistente e abrangente, de modo a minimizar a possibilidade de surpresas. Todos os conceitos de qualidade devem ser praticados, permitindo que os mais diversos aspectos do trabalho cotidiano, desenvolvido por funcionários de todos os níveis, possam ser aprimorados por meio de ações efetivas de curto, médio e longo prazos. (CARVAS,2006. p. 236)

Ainda acreditamos que o melhor plano para gerenciar uma crise é criar mecanismos para evitá-la, que seria a transparência nas ações, comportamento ético em todas as suas abordagens, mostrar comportamento positivo e sinais otimistas para o futuro da organização, principalmente em situações difíceis, e principalmente respeito às pessoas e manter a integridade pessoal de cada indivíduo.

“A empresa que possui plano preventivo de crise é muito mais preparada para lidar com o problema do que aquela que não atentou

para o fato. Prevenir implica em avaliar riscos, identificar pontos fracos, admitir a existência do "calcanhar de Aquiles". (MESSIAS, 2003, p.49)

Uma organização não deve ser negligente com esses pontos básicos de prevenção de crise. Esse comportamento ajudará a manter a imagem institucional da Polícia Militar perante a sociedade. Quando as crises são gerenciadas corretamente, a partir da adoção de medidas preventivas e com atenção destacada aos veículos de comunicação, as crises podem até se constituir em benefício de imagem para as instituições.

CAPÍTULO 3 OS PROGRAMAS SOCIAIS DA PM COMO PLANO DE COMUNICAÇÃO E INVERSÃO DA IMAGEM NEGATIVA DA INSTITUIÇÃO.

O atual cenário da Polícia Militar de Alagoas, é de uma polícia mais consciente com seus deveres sociais, pode-se afirmar com bases nas ações neste capítulo apresentadas, sabe-se que o combate ao crime apenas não é mais suficiente, mas que é necessário trabalhar o lado humano, social de cada PM, com um olhar voltado a comunidade.

A história das polícias modernas e contemporâneas é muito clara, trata-se de um momento decisivo, que surge de um desafio: como produzir paz com paz, como construir alternativas pacíficas de obediência à lei num estado liberal, como administrar conflitos de natureza civil, e não bélica, no interior da vida em sociedade. O que está na base da ferramenta polícia é a conquista e ampliação dos direitos sociais, políticos e civis (MUNIZ, 2001)

Para alcançar esse objetivo, que seria aproximar a PMAL da comunidade, melhorar a imagem da corporação perante a sociedade, e criar uma aliança, construindo uma Corrente do Bem, transmitindo paz, segurança e cidadania, foram criados alguns projetos, que veremos abaixo.

3.1 Bases comunitárias

O policiamento comunitário no estado de Alagoas, de acordo com Farias Neto e Amorim (2011), seria pensado a partir da incorporação da doutrina de direitos humanos no interior da Polícia Militar do estado, fruto de um projeto de capacitação dos policiais militares em 1995. Simeone (2008, p. 41) nos traz um conceito simples sobre o que seria o policiamento comunitário:

A princípio, a idéia de policiamento comunitário pode limitar-se a uma perspectiva operacional, onde a polícia busca exercer suas funções em proximidade maior com a população, usando de táticas de patrulhamento a pé (ou de bicicleta), em contraposição ao patrulhamento motorizado acionado por telefone (numa relação mais fria com o público).

A criação das bases comunitárias em zonas consideradas críticas pelo alto grau de periculosidade, tem o intuito de trazer conforto no bairro onde a base foi instalada e às regiões adjacentes, conforme cita Trojanowicz e Bucqueroux (p. 04, 1994) a Polícia Comunitária preconiza que deve haver integração e aproximação entre as forças de segurança e a comunidade.

Polícia Comunitária é uma filosofia e uma estratégia organizacional que proporciona uma parceria entre população e a polícia, baseada na premissa de que tanto a polícia quanto a comunidade devem trabalhar (juntos) para identificar, priorizar e resolver os problemas contemporâneos, como crimes, drogas, medos, desordens físicas, morais, com o objetivo de melhorar a qualidade geral de vida da cidade. Tudo isso baseado na crença de que os problemas sociais terão soluções cada vez mais efetivas, na medida em que haja a participação de todos na sua identificação, análise e discussão. (TROJANOWICZ, BUCQUEROUX, p.4 1994)

As bases comunitárias promovem uma série de mudanças sistêmicas, as quais têm buscado tratar a instituição como empresa e a sociedade como cliente, que exige e merece um serviço de qualidade. O policiamento comunitário poderá ser mais eficiente pois haverá a identificação dos problemas locais a serem prevenidos com ações proativas, em atendimento às prioridades construídas em conjunto entre PM e comunidade, na busca dos resultados esperados.

O policiamento comunitário consiste numa estratégia organizacional que proporciona uma nova parceria entre a população e a polícia, baseada na premissa de que tanto a polícia quanto a comunidade devem trabalhar juntas para identificar, priorizar e resolver problemas contemporâneos, com o objetivo de melhorar a qualidade geral de vida na área buscando uma descentralização organizacional, uma reorientação das atividades de patrulha a fim de facilitar uma comunicação entre a polícia e o público (SEDS/AL).

Nessas bases é aberto espaço também para programações de eventos culturais e esportivos, visando a relação entre PM e Comunidade. Um dos eventos em comemoração ao dia das crianças no mês de outubro.

As bases comunitárias também realizam ação conjunta com a Secretaria Municipal de Saúde e Conselho de Integração Comunitária voltada para a atenção da saúde dos moradores do bairro e adjacências. Nessas ocasiões são realizadas

imunização, realização de testes rápidos de HIV, Sífilis e Hepatite B e C; verificação da pressão arterial e diabetes, consulta do Índice de Massa Corporal (IMC) e da circunferência da cintura.

No ano de 2018 ocorreu um evento promovido pela base comunitária no Vergel no dia 12/10/2018, durante toda a semana as bases comunitárias de segurança da polícia militar desenvolveram atividades para comemorar o dia das crianças. Este evento se repetiu também no ano de 2019. Como demonstra figuraabaixo5 na distribuição de brindes para as crianças do bairro.

Imagem5



Imagem da viatura da PM da base comunitária distribuindo brindes para crianças.
Fonte: Tnh1

3.2 Proerd

Outro projeto é Programa Educacional de Resistência às Drogas e à Violência (Proerd) inspirado no programa norte-americano Drug Abuse Resistance Education - D.A.R.E. surgido em 1983. O D.A.R.E foi criado pela Professora Ruth Rich, do Distrito Escolar de Los Angeles/EUA, em conjunto com o Departamento de Polícia daquela localidade, em 1983, hoje presente nos 50 (cinquenta) Estados Americanos e em mais de 60 (sessenta) países, incluindo o Brasil, onde recepciona o nome de Programa Educacional de Resistência às Drogas e à violência- Proerd. O Proerd surgiu no Brasil no ano de 1992 no Rio de Janeiro e atualmente é adotado em todo Brasil.

O projeto Proerd consiste em Policiais fardados e devidamente treinados e com materiais didáticos próprios como livro do estudante, camiseta e diploma, onde os mesmos desenvolvem um curso de prevenção às drogas e a violência na sala de aula de escolas públicas e privadas, ajudando crianças, adolescentes e jovens a reconhecer os perigos mascarados nas pressões e influências diárias das drogas e violência, onde o uso e prática podem destruir sonhos, seu futuro e suas famílias

. O Proerd tem como filosofia trabalhar a prevenção contra as drogas já desde a base, trabalhando com crianças e adolescentes de diferentes faixa etárias nas escolas, buscando um contato tanto coletivo quanto individual, através de palestras e apresentações, os responsáveis por esse projeto usam meios diferenciados para chamar a atenção dos jovens, fazendo uso de fantasias, músicas de autoria própria com letras específicas sobre o projeto, é mais um fator de proteção desenvolvido pela Polícia Militar para a valorização da vida, missão institucional de uma sociedade mais saudável e feliz. A ação de prevenção ao abuso de drogas e a adoção da educação para a paz nas escolas, família e seu entorno, tem sido a melhor solução encontrada para a educação das nossas crianças e adolescentes, na construção de uma sociedade livre das drogas e da violência.

No evento de fevereiro de 2019 o programa formou mais de 1500 crianças de seis escolas municipais, o evento ocorreu no Le Cirque situado ao lado do Maceió Shopping, as crianças tiveram direito a um espetáculo somente para elas, conforme matéria do site oficial da prefeitura de Maceió. O momento foi marcado ainda pela diversão e emoção dos pequenos. A coronel da polícia militar responsável pelo projeto, Coronel Valdenize, falou sobre o evento:

“Nosso objetivo fundamental, há 17 anos, é orientar crianças e adolescentes a ficarem longe das drogas e da violência. As escolas abrem suas portas e nos auxiliam na aproximação com os alunos e, em um trabalho coletivo, conseguimos então exercer, com respeito, amizade e seriedade, uma forte influência na vida dos participantes, dos seus familiares e da comunidade onde moram” (FERREIRA, 2019)

Ainda conforme a matéria, durante o evento as crianças e adolescentes também realizaram o juramento que simboliza a decisão e compromisso em se manterem longe das drogas, orientar os colegas e familiares e agir sempre em defesa da paz e da vida.

Outro evento ocorreu no dia 18 de agosto do ano de 2018, onde foram registrando a formatura de 50 alunos neste curso contra drogas da Escola Municipal Pedro Suruagy, Tabuleiro dos Martins, com a parceria da Secretaria Municipal de Educação (SEMED), o evento foi registrado pelo site da prefeitura de Maceió no dia 18 de agosto do ano de 2018. Como demonstra figura 6.

Imagem6



Imagem da formatura do programa Proerd na escola municipal no bairro do Tabuleiro dos Martins. Fonte site oficial da Prefeitura de Maceió.

Os formandos foram alunos do 5º ano e foram divididos em duas turmas. Pais, amigos e professores estiveram presente na cerimônia, conforme matéria do site oficial da prefeitura de Maceió, em 16 de agosto de 2018. Durante 10 encontros os alunos aprenderam em sala de aula com palestras ministradas por policiais militares sobre a importância de dizer não às drogas e criarem uma cultura de paz e boa convivência.

O papel do policial educador é observado através deste projeto, segundo Balestreri (2003), os paradigmas contemporâneos na área da educação nos obrigam a repensar o agente educacional de forma mais incluyente. No passado, esse papel estava reservado unicamente aos pais, professores e especialistas em educação. É preciso incluir com primazia no rol pedagógico, também, outras profissões

indiscutivelmente relevantes tais como: médicos, advogados, jornalistas e policiais, por exemplo.

3.3 Banda de música

Por intermédio da Polícia Militar algumas ações que visam o bem-estar social são fornecidas, entre elas: A Banda de Música que várias vezes é solicitada para apresentar-se em inúmeros eventos tanto públicos, quanto alguns eventos sociais de iniciativa privada, incentivando a cultura e estimulando as atividades e honras cívicas da população.

A música é uma linguagem universal, capaz de expressar e comunicar sensações, sentimentos e pensamentos, conforme ideia do escritor norte-americano Henry Wadsworth Longfellow expressa há cerca de 200 anos de que “a música é a linguagem universal da Humanidade.” Tendo o poder de aproximar a todos em um momento de harmonia e comunhão.

Em 2019 o projeto da Polícia Militar, Vem Ver a banda Tocar, recebeu o prêmio Notáveis da Cultura Alagoana, na categoria Evento Musical. Para o assessor de comunicação da PM, tenente-coronel Givaldo Santos, o prêmio representa a importância do Programa Vem Ver a Banda Tocar para o público e solidifica positivamente a imagem da corporação perante a sociedade. Em suas palavras:

Uma satisfação para a Polícia Militar, após 18 anos de um programa tão tradicional e bem aceito, receber este reconhecimento, o que nos impulsiona a manter o trabalho de levar boa música, alegria e momentos de lazer ao nosso público. (SANTOS, 2019)

A banda de música também tem projetos de tocar para pacientes internados no Hospital Geral do Estado (HGE), é o caso do projeto Música e Saúde criado em 2008 com a finalidade de implementar a Filosofia de Polícia Cidadã, aproximando mais a corporação da sociedade carente, por meio de ações compensatórias, de caráter social, o Música e Saúde visa melhorar o bem estar e a saúde de pacientes dos hospitais e dos lares de idosos de Maceió, além de proporcionar momentos de lazer e descontração a quem está internado.

Como demonstra figura 7 encontrada no jornal G1 no dia 21 de julho de 2017.

Imagem7



Imagem da banda de música tocando para pacientes em hospital alagoano. Fonte : G1 Alagoas

3.4 Pelotões mirins

Um dos importantes passos tomado pela polícia foi a implementação do pelotão mirim que visa ensinar crianças diversos princípios básicos de convívio social, o público alvo do programa são crianças e adolescentes do sexo masculino e feminino, que estejam regularmente matriculados na rede pública de ensino e em situação de vulnerabilidade social.

Esse projeto busca reduzir ainda mais os índices de violência e criminalidade, principalmente dos crimes e violência que envolvam menores de idade, a ser obtido por meio de um processo de transformação, integração e educação, envolvendo a Polícia Militar, a Secretaria de Educação, a Secretaria de Ação Social e demais Secretarias de Estado que possam contribuir com o Projeto, criando-se uma rede de proteção aos alunos que participarem do Projeto Cidadão Mirim envolvendo, principalmente, policiais, professores, pais, educadores, responsáveis e alunos com o intuito também de incentivar atividades recreativas, esportivas e física, conforme matéria do site oficial do governo de Alagoas em Março de 2016.

Ao fim de cada projeto as crianças passam por uma formatura, mas mesmo depois de formadas, as crianças que participam do projeto continuam recebendo a

visita do comandante e dos coordenadores do projeto. As formaturas são feitas a caráter, com uniforme e cerimônia militar, conforme figura 8.

Imagem8



Formatura de 82 crianças em Arapiraca do projeto pelotões mirins – Fonte: site oficial da Prefeitura de Arapiraca

Imagem acima demonstra de solenidade de formatura de 82 crianças dos municípios de Arapiraca, Limoeiro de Anadia e Craíbas, que fazem parte das 10 turmas do Programa Pelotão Mirim do 3º Batalhão de Polícia Militar, sediado em Arapiraca. O programa tem ajudado crianças conforme depoimento de uma das mães fornecido pelo site oficial da prefeitura de Arapiraca da matéria do dia 20 de dezembro de 2019 a mãe Adriana Alves comentou,

“Ele melhorou muito em casa. Tá obediente, saiu da rua. Durante estes 10 meses ele se dividiu entre escola e, no outro horário, seguia pro Pelotão. Estamos todos muito felizes por ele participar de algo tão importante, de estar na formatura”. (ALVES 2019)

O curso tem duração de 10 meses intensos de aprendizado com matérias de matemática, português, ciências, libras, além de educação física e karatê.

As ações citadas é um caminho para a formação de uma imagem consolidada, evidenciando os pontos fortes da Instituição, cuidando para que estes aspectos cheguem ao maior número de pessoas. Lembrando sempre que deve ser

feito também investimentos nos talentos humanos existentes e aperfeiçoá-los nesta área de tamanha importância. Para conseguir assim, elevar a percepção da sociedade das ações executadas pela Corporação, conforme Torquato (2013, p. 282) “Quando a imagem está bem colada a identidade positiva, gera confiança e credibilidade. Quando está descolada, promove desconfiança, dúvidas, antipatia. ”

A imagem é o que se forma diante dos olhos de cada um de nós a partir da nossa vivência, e que ao longo do tempo é passível de mudança, alteração, transformação. Portanto, o que hoje é uma boa imagem amanhã pode se tornar um pesadelo ou vice-versa, sendo necessário constante vigilância sobre essas oscilações. A responsabilidade social se apresenta como um tema cada vez mais importante no comportamento das organizações e exerce grandes impactos nos objetivos, estratégias, visão, missão e valores da empresa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo dos últimos anos, a Polícia Militar de Alagoas vem aumentando a consciência da sua importância no desenvolvimento social, conforme citadas as ações da corporação, aos poucos a Polícia Militar vem ganhando uma nova roupagem, se preocupando com os novos militares desde a sua formação, acrescentando disciplinas voltadas para os direitos humanos, para a curto e longo prazo moldarem os agentes de segurança pública, para tê-lo mais perto da comunidade, não só transmitindo segurança, mas também a confiança.

A corporação também entende que a população possui força para auxiliar a corporação no combate ao crime no caso dos disque denúncia citado anteriormente, e que é preciso mobilizar a comunidade, incentivando a consciência de todos para serem parceiros nessa missão.

O cidadão na medida de sua capacidade, competência, e da natureza de seu trabalho, bem como, em função das solicitações da própria comunidade, deve colaborar no que puder, na segurança e no bem-estar coletivo. A pretensão é procurar congrega todos os cidadãos da comunidade através do trabalho da Polícia, no esforço da segurança. (FREIRE, p. 18. 2017)

Sabe-se que ainda há muito que se fazer em relação a relacionamento Polícia Militar e Comunidade. Não se deve afirmar que estamos vivendo uma perfeita harmonia, mas com base nas ações citadas pode-se perceber que estamos caminhando para vivenciarmos momentos de paz. A Polícia Militar vem buscando meios de aproximação que tem surtido efeitos positivos, mas o caminho ainda é longo dentro da corporação, entre os profissionais de segurança para que em conjunto trabalhem para ganhar a confiança e respeito da população. O relacionamento entre polícia militar e comunidade, pode tornar-se harmoniosa e prazerosa, permitindo um trabalho de cooperação e em equipe, com integração de esforços, para a soma de um melhor resultado.

O grau de escolaridade dos militares tem aumentado ao longo dos anos, isso também é um fator positivo para a melhoria da qualidade do serviço, antes o mínimo exigido para ingressar na polícia militar era o nível fundamental, hoje é nível médio e

a tendência daqui a poucos anos será nível superior. Segundo a divisão técnica do CFAP (curso de formação e aperfeiçoamento de praças) o número dos militares das três últimas turmas (2013,2016,2018) que ingressaram com nível superior chega a 35%, algo que anos atrás era difícil de ser ter na corporação, principalmente entre as praças (graduação que vai de soldado a subtenente).

Isso também é reflexo do contexto em que vivemos mais modernizado, onde os conflitos não se podem ser resolvidos com truculência, hoje ainda mais o que se tem cobrado é uma postura e ação mais técnica do policial militar, além da humanizada, não deixando espaço para erros, sabe-se que é impossível que em qualquer profissão não haja erros, mas nessa profissão erros podem ser fatais, por isso quanto mais preparado tecnicamente e psicologicamente for o policial, menos serão as chances de cometer erros.

Esse avanço na formação intelectual que o policial tem, está sendo direcionado para desfazer o distanciamento que havia e ainda há entre a polícia militar e a comunidade, pois de nada adiantará serem feitos programas sociais se o policial em si com sua conduta e procedimento não for capaz de produzir essa quebra de barreira. O primeiro passo para a construção desse bom relacionamento entre comunidade e polícia deve ser dado pelo policial, não só os programas sociais, mas ainda mais sua conduta e transmitir não só segurança, mas confiança, esse será um passo para um ideal, que é polícia e comunidade caminhando juntos com sentimento de bem estar e confiança, não só vivendo, mas convivendo no mesmo ambiente pacificamente.

Uma ferramenta importante para que esse projeto dê certo é a comunicação, principalmente os canais de divulgação, no contexto que vivemos onde a informação chega principalmente pelas mídias sociais, essa ferramenta deve ser usada como meio de aproximação não só de modo formal transmitindo notícias, mas também interagindo de modo pessoal com a população, seja facebook, instagram, podem ser usados de modo dinâmico, canais no youtube com temas voltados para a segurança, mas principalmente com a participação da população, dando espaço para que sejam ouvidos, quer opiniões ou até mesmo críticas, que bem colocadas sempre são bem vindas para o crescimento que qualquer instituição seja militar ou civil.

A sociedade espera que a PM exerça também o papel de educador, que no lugar de punir, ensine o que deve ou não ser feito, segundo Balestreri (2003) que nos diz que o mundo contemporâneo nos faz pensar no agente educador de forma mais ampla, abrangendo médicos, jornalistas e também os policiais, como aqui mencionado. A corporação recebe uma demanda de ocorrências maior do que o efetivo pode atender muitas vezes o que resta aos militares é serem objetivos, punindo os que querem sair da ordem imposta pelas regras que são feitas não por eles, mas por uma legislação, onde os mesmos são apenas agentes fazedores do cumprimento da lei, e acabam negligenciando esse papel de educador, que é o que se espera da polícia na modernidade que vivemos.

A população tem o famoso jeitinho brasileiro, onde se procura de alguma forma contornar as normas e leis, existe a cultura de procurar um jeito mais fácil de fazer aquilo que se precisa. Logo então pensamos que o se faz necessário é educar nossa população com o que diz respeito às leis estabelecidas pelo nosso legislativo. Para podermos fazer a população entender que o militar é um agente auxiliador e não fazedor dessas leis.

Em suma, sabemos que as forças policiais com o apoio do Relações Públicas podem a cada dia melhorar as relações entre a polícia e a população, assim como lutar para ganhar o entendimento o apoio e a participação ativa de todos os cidadãos. A prevenção criminal é o objetivo e conteúdo principal das estratégias policiais, portanto, a mobilização das forças comunitárias e a utilização de recursos sociais são o pressuposto para concretizar essa estratégia.

Conforme Torquato (2013, p. 282) comenta, “Arrumada e ajustada a identidade, ela deve ser projetada para os grupamentos sociais. ”, é necessário consolidar mantendo sempre viva na memória da população as ações realizadas pela instituição militar, seja através das mídias digitais como sites institucionais, facebook, instagram, twitter, veículos de massa como televisão, rádio, jornal, outdoor, para que a sociedade possa entender que houve a evolução na corporação, e que na atualidade há a preocupação maior com causas sociais. Para isso o profissional de Relações Públicas poderá ser a bússola para ajudar a guiar a instituição por um caminho de paz entre Polícia Militar e comunidade.

ÍNDICE DE IMAGENS

Imagem 1: Batalhão Ambiental em ensinamento as crianças	19
Imagem 2: Batalhão Ambiental alusivo aos 27 anos em defesa do meio ambiente..	20
Imagem 3: Aplicativo 181 do disque denúncia	32
Imagem 4: Disque denúncia do site da SSP	33
Imagem 5: Base comunitária distribuindo brindes para crianças	44
Imagem 6: Formatura do programa Proed em escola municipal.....	46
Imagem 7: Banda de Música da PM em hospital alagoano	48
Imagem 8: Formatura de crianças em Arapiraca no projeto da PM de pelotões mirins	49

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES – ANATEL. Aprova o Regulamento sobre as Condições de Acesso e Fruição dos Serviços de Utilidade Pública e de Apoio ao STFC.RESOLUÇÃO Nº 357, de 15 de março de 2004.

BALESTRERI, Ricardo Brisolla (Org.). Marcelo Rezende Guimarães, Ricardo Cappi, Feizi Milani, Na Inquietude da Paz. Passo Fundo - RS, Edições CAPEC, Gráfica Editora Berthier,2003, 120p.

BRANDÃO, Elizabeth P. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org.) Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2009. 2a. Ed. p. 1-33.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm/>.

Acesso em: 01 de junho de 2019.

CARVALHO, Cíntia da Silva. **Relações públicas e crises na economia da reputação.** In: FARIAS, Luiz Alberto de. Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo: Summus, 2011.

CROSSE, Cynthia. **O fundo falso das pesquisas: a ciência das verdades torcidas.** Rio de Janeiro: Revan, 1996.

DOTY, Dorothy I. Divulgação jornalística & relações públicas. São Paulo: Cultura, 1999.

DUARTE, Jorge – organizador. **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público – 2.** Edição - São Paulo. Editora Atlas, 2009.

DUARTE, Jorge (org) Assessoria de comunicação e o relacionamento com a imprensa. São Paulo: Atlas, 2011.
http://www.senado.gov.br/legislacao/const/con1988/CON1988_02.04.2013/art_220_.shtm Acesso em 18 de abril de 2013.

FARIAS NETO, Antônio Casado de; AMORIM, Rodrigo de Araújo. Polícia Comunitária Modelo Koban: diretrizes para implementação e consolidação da filosofia na PMAL. Maceió: PM/ALAGOAS, 2011.

FENAJ. Manual de Assessoria de Imprensa. São Paulo: Ed. da Comissão Permanente e Aberta dos Jornalistas de Assessoria de Imprensa do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo, 2007.

FORNI, João José. Comunicação em tempo de crise. In: DUARTE, Jorge (org.). Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e prática. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

FREIRE, Leonardo. **Polícia Militar e Comunidade: Uma parceria eficaz no enfrentamento à criminalidade no Estado da Bahia**. JusBrasil, p. 1-20, 2017.

MATOS, Heloiza. Comunicação pública interlocuções, interlocutores e perspectivas. Editora Escola de Comunicações e Artes (ECA). São Paulo. 2012.

MARTINS, Sussane. **Mídia e opinião pública: estudo de caso sobre o mensalão nas ópticas dos jornais Folha de S. Paulo e o Estado de S. Paulo**. Universitas: Arquitetura e Comunicação Social, v. 11, n. 2, p. 47–58, jul./dez, 2014.

MORAES, de Renato; Constituição, Doa a Quem Doer, O Globo, 02/06/2018, p. 17

MUNIZ, J. de O. **Polícia brasileira tem história de repressão social. Com Ciência**. [S.l.], 2001. Disponível em: <[HTTP://WWW.comciencia.br/entrevista/jacquelinemuniz.htm](http://WWW.comciencia.br/entrevista/jacquelinemuniz.htm)> Acesso em 23 de novembro de 2019.

NASSAR, Paulo. **Reputação é memória**. Terra magazine. Disponível em: <<http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,O11243291E16786,00Reputacao+e+Memoria.html>> Acesso em 24 de novembro de 2019.

OLIVEIRA, Mateus Furlanetto. Converter a crise em oportunidade: como as relações públicas podem auxiliar a empresa em situações de crise. Trabalho de conclusão de curso de comunicação da USP. Disponível em: <http://wwwMberje.com.br/univer/univerl.htm>. Acesso em: 04 de fevereiro de 2020.

OLIVEIRA, Mateus Furlanetto. **O papel essencial das Relações Públicas no gerenciamento de crises**. São Paulo:Organicom. 2007.

PASSADORI, R; ASSAD, N. Media training: como construir uma comunicação eficaz com a imprensa e a sociedade. São Paulo: Gente, 2009.

PERUZZO, C.M.K. **Relações públicas com a comunidade: uma agenda para o século XXI. Comunicação apresentada no GT de Relações Públicas da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares-** Intercom, no XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro- RJ, 1999.

SECRETARIA DO ESTADO DE DEFESA SOCIAL (SEDS). Estado de Alagoas. **Projeto implantação de bases comunitárias de segurança em bairros de Maceió/Al**. Alagoas. 14 de outubro de 2017.

Secretaria Nacional de Segurança Pública (SENASP). **Curso nacional de promotor de polícia comunitária**. Brasília: SENASP, 2007.

SIMEONE, Márcio. Revista FAMECOS • Porto Alegre • nº 36 • agosto de 2008 • quadrimestral

SIMÕES, Roberto Porto. O processo e o programa da disciplina “Relações Públicas” artigo – xerox – PUC/RS – 1998.

TROJANOWICZ, Robert; BUCQUEROUX, Bonnie. Policiamento Comunitário: Como Começar. RJ: POLICIALERJ, 1994.

TOQUARTO, Gaudêncio. Tratado de Comunicação organizacional e política. 2º edição. – São Paulo, Cengage Learning, 2013.

VILLELA, Regina. Quem tem medo da imprensa? Rio de Janeiro: Campus 1998

WEY, Hebe. **O processo de relações públicas**. São Paulo: Summus, 1986