

Projeto em Assessoria de Imprensa para Polícia Militar de Alto Araguaia-MT¹

Réulliner da Silva RODRIGUES²

Najla Daniele SANTOS³

Lawrenberg Advíncula da SILVA⁴

Universidade do Estado de Mato Grosso, Alto Araguaia, MT

RESUMO

Trata-se de um projeto de assessoria de imprensa para o 15º Batalhão de Polícia Militar “Capitão PM José Wilson Souza” do município de Alto Araguaia, sul do estado de Mato Grosso, desenvolvido por alunos do sétimo e oitavo período de Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT). Projeto inovador por adotar o modelo de comunicação integradas em assessorias de imprensa e por ter parceria com um órgão público de segurança. O mesmo possibilita uma maior aproximação da PM para com a comunidade em geral, além de fomentar, intensificar e dar maior visibilidade no trabalho realizado pela mesma, visto que são informações de interesse público e que abrange uma região fronteiriça entre os estados de Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.

PALAVRAS-CHAVE: Assessoria de imprensa, Polícia Militar, Mato Grosso, Alto Araguaia

1 INTRODUÇÃO

O assessor de imprensa, com o passar do tempo, tornou-se responsável por grande parte do processo comunicacional de instituições públicas ou privadas. Além do mais, o mercado exige deste profissional qualidade das relações entre o órgão e a mídia, do trabalho em grupo, da construção crítica e da visão ampliada dos processos de comunicação.

Diante disso, a Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT), no dia 11 de agosto de 2011, confirmou a abertura do campo de estágio supervisionado no 15º Batalhão de Polícia Militar ‘Capitão PM José Wilson Souza’ de Alto Araguaia – MT. Desta forma, os acadêmicos do curso de Comunicação Social – Bacharelado em Jornalismo obtiveram a oportunidade de aplicar na prática as técnicas relacionadas à disciplina de Assessoria de

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria, Jornalismo, modalidade Projeto de Assessoria de Imprensa (avulso).

² Aluno líder do grupo e recém-graduado no curso de Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade do Estado de Mato Grosso, campus de Alto Araguaia, email:reullinerrodrigues@hotmail.com.

³ Ex-graduada no curso de Comunicação Social/ Jornalismo pela Universidade do Estado de Mato Grosso, campus de Alto Araguaia, email:najla_ninha@hotmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso, campus de Alto Araguaia, email: lawrenberg@gmail.com.

Imprensa e Comunicação. Essas atividades a cada ano é destaque na região graças aos trabalhos realizados pelos acadêmicos.

A atuação dos policiais militares que representam o 15º Batalhão de Polícia Militar estende-se pelos municípios da região sul do Estado de Mato Grosso, sendo estes: Alto Araguaia, Alto Taquari, Alto Garças, Ponte Branca e Araguainha. Na perspectiva de que os serviços organizacionais desta instituição estão relacionados à ordem social, tem-se a necessidade potencializar a comunicação interna (Comando Sul) e externa (comunidade) no intuito de fomentar e intensificar a divulgação de informações de interesse público sobre o assessorado.

Assim, é a partir do contrato com este campo de estágio que os acadêmicos atuaram com a mediação da comunicação entre o 15º BPM, a imprensa e a sociedade. Tendo como principal objetivo colocar em prática, o que até então fora apreendido na teoria, os estagiários devem preparar-se não somente para informar e prestar contas das ações básicas do trabalho de assessoria, mas também, estabelecer estratégias qualificadas de ação voltadas para a comunicação pública.

Esta experiência vinculada à valorização da imagem e identificação do assessorado, busca desenvolver também ao acadêmico estagiário no campo da assessoria, o aperfeiçoamento da mediação e seleção das informações de relevância, com a intenção de interagir no meio corporativo e social. Para Jorge Duarte (In DUARTE, 2011, P.71), o trabalho de um assessor “independentemente da amplitude de atuação, permanece com a saudável responsabilidade de ampliar o ambiente de transparência, qualificando os relacionamentos e agilizando os fluxos de informação de maneira a que a comunicação seja mais efetiva em benefício da organização e da sociedade”.

A mediação e competência do comunicador, representado pelo papel do assessor de imprensa, devem ser visto como uma responsabilidade guiada através da prestação de serviço público. O direito a democracia e a informação de interesse público serão os objetivos primordiais para o trabalho comunicacional da organização, pois, tanto a transparência quanto o compromisso com o cidadão fazem parte do processo de planejamento das atividades de uma assessoria de imprensa e comunicação pública.

2 OBJETIVO

Este projeto iniciou com o objetivo da criação de um campo de estágio para que os alunos do sétimo e oitavo período do curso de jornalismo, pudessem divulgar as atividades

desenvolvidas na Polícia Militar local junto aos meios de comunicação e a comunidade regional, além de fortalecer a comunicação interna. O mesmo pode-se dizer quanto a visibilidade do órgão e o fortalecimento da sua imagem e credibilidade junto à comunidade regional. A assessoria ainda tinha como objetivo divulgar notas diárias de boletins de ocorrências, eventos internos da corporação militar e operações em conjunto com outros departamentos de segurança pública, seja a Polícia Civil, seja a Polícia Rodoviária Federal.

3 JUSTIFICATIVA

O projeto em questão foi elaborado no intuito de otimizar a comunicação interna dos policiais militares para agirmos num plano de comunicação externa. Tal fato se justifica nas diversas reclamações públicas através dos meios de comunicação local quanto ao trabalho que a PM realizava antes de possuir uma assessoria. Neste sentido, a prática da comunicação pública, sendo esta o ‘ pilar’ para que o exercício da assessoria seja dotado de alguma particularidade, fizeram que os acadêmicos-estagiários refletissem junto com um professor orientador, a melhor forma de trabalhar questões internas que eram abordadas pelo público externo. Neste pensamento, a professora e pesquisadora Elizabeth Pazito Brandão (2009), frisa:

(...) este tipo de comunicação, é uma identificação clássica por apontar estratégias dentro do ramo profissional, num claro significado do processo informacional voltado para a esfera pública. (...) uma vez que se trata de um processo de comunicação construído e mantido pelo Estado, tendo em vista o desenvolvimento do país e de sua população. (BRANDÃO, 2009, p. 04)

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Depois de várias orientações de nosso supervisor de estágio, munimos de documentos e materiais que contam a história da Polícia Militar no Estado de Mato Grosso e a formação do Comando Sul do Estado. Buscou-se também referenciais teóricos sobre assessoria de imprensa e comunicação organizacional e, principalmente, em órgão público de segurança, nosso objeto de estudo. A partir daí entramos em contato com a A.I. da PM no Estado, da qual o comando local está subordinado, afim de esclarecer dúvidas que surgiram durante a pesquisa. Posterior a coleta de dados realizamos uma visita ao campo para observação para que pudéssemos iniciar as atividades de diagnóstico. No momento foi possível identificar falhas na comunicação interna e no atendimento à imprensa, sendo este o primeiro ponto trabalhado durante o período de vigência da assessoria: 01 ano.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Após os dados coletados e as etapas levantadas anteriormente terem sido completadas, avaliamos o diagnóstico e pensamos em medidas para corrigir as falhas detectadas a partir dele. Num primeiro momento solicitamos um *mailing list* interno que já existia na corporação, afim de encaminhar um material para apresentação da assessoria, o que envolve os alunos assessores, o objetivo, tipos de trabalhos que podem ser realizados, etc. Nesta etapa recorreremos ao referencial teórico para nos auxiliar no quesito justificativas de apresentação.

A priori o intuito era de potencializar a comunicação externa (sociedade) e interna (batalhão) dos serviços prestados pelo 15º Batalhão de Polícia Militar. Aqui tivemos a oportunidade de fazer um ‘elo’ neste meio, a fim de aplicar na prática as técnicas relacionadas à disciplina de Assessoria de Imprensa e Comunicação.

Por sua vez, a comunicação interna ficou à mercê de trabalhar a linguagem utilizada pelos policiais, pois, em entrevistas concedidas à imprensa, percebíamos uma linguagem complexa, própria da corporação militar. O mesmo foi válido para a visão e a importância que os policiais dão aos acontecimentos que são veiculados. Para tanto realizamos um *media training* com 30 membros do 15ºBPM.

No entanto, os estagiários, além de informar o que se passa na corporação, estabeleceram estratégias qualificadas de ações voltadas para fortalecer a comunicação pública. Esse fortalecimento é importante para garantir qualificação na área de assessoria e do órgão, bem como ter um respaldo e assegurar uma comunicação plural, regionalizada e humanista. Dessa forma, criamos para auxiliar na assessoria do batalhão duas mídias ‘próprias’, via internet, com a finalidade de intensificar a divulgação de informações de interesse público desta empresa não se bastando apenas às publicações da imprensa local (tevê, rádio, jornais online).

Partindo dessa premissa, percebemos que as ferramentas se multiplicam na área de assessoria com o apoio das tecnologias. Elas são cada vez mais desafiadoras e, ao mesmo tempo, estimulantes, tanto para o assessor/assessorado, quanto para o expectador/público alvo. Para tanto, os meios das quais são disponíveis devem atrair quem o visualiza, no caso um blog e uma *fanpage* do facebook, canais oficiais do batalhão.

O ponto positivo é que conseguimos ter uma alimentação continua de conteúdos de acordo com os acontecimentos, processos e ações que se conciliam no interesse do órgão, pois, como afirma Etzioni (2007), “uma organização tem sempre objetivos específicos; sua

razão de ser é servir a esses objetivos” (*apud*, CHAPARRO. 2007, p. 108), logo o layout, as ferramentas de vídeos e áudios, mural de fotos ligados à um hiperlink devem ser mais explorados.

Durante o trabalho realizado no período de Março a Junho de 2013, percebemos que o desafio esteve em capacitar às fontes da organização para atender a demanda comunicacional de forma eficiente e ágil. Há também dificuldades quanto a imagem pela qual a organização militar se encontra recentemente em todo o país. Infelizmente o 15º BPM não era bem visto pelo comunidade araguiense. Graças à atuação da cia junto com o trabalho de comunicação dos estagiários, esse quadro se reverteu.

Por outro lado, as pessoas ainda possuem pensamentos negativos e, às vezes, não fundamentalistas sobre o trabalho da PM. Tal afirmação é possível quando ligamos casos de protestos contra sua atuação no meio social, sendo assinalada pelas várias acusações de abuso de poder e desinteresse com as reivindicações populares. Sendo assim, a imagem obtida em âmbito nacional reflete também na atuação do 15º BPM que representa esta corporação. E é por esta razão, dentre outras, que a interatividade comunicacional através da mídia busca mostrar a dedicação e atenção que este comando tem com as necessidades sociais de segurança pública e bem estar social.

Para melhor funcionamento e servir como motivação para os homens da segurança, a cada aniversário a assessoria elaborava uma carta pela passagem do aniversário, bem como acrescentava a importância do profissionalismo para o batalhão. Ainda ouvíamos os policiais e dávamos vós a eles em um informativo institucional e mostrávamos o quão é importante o trabalho deles.

Além desta atividade realizada pela assessoria, percebemos que não só o batalhão, como a própria assessoria tem um bom relacionamento com as mídias locais, o que facilita este elo e a conquista diária de confiança. Ainda, em âmbito externo, para conquistar maior visibilidade e informações potenciais, é preciso aprimorar a comunicação existente entre moradores, representantes de bairros, membros do CONSEG (Conselho Comunitário de Segurança) e autoridades da região.

Com isso, estas ações, projetos, informações viabilizaram nas práticas cotidianas e mobilizou a população a estabelecer a base de uma compreensão democrática dentro da sociedade. Essa comunicação é realizada nos bairros, na qual promove uma maior aceitação da população e estabelece uma espécie de missão, ao se colocar permanentemente como facilitadora de processos e práticas, além de fomentar o principal papel do policial e às ações

pertinentes a esta profissão numa atitude essencialmente dialógica. À priori, os instrumentos públicos comunicativos foram realizados através de palestras, reuniões, também de panfletários, em locais estratégicos onde a presença do corpo militar é maçante, como os bairros: Vila Aeroporto, Gabiroba, Coahb, ambos em Alto Araguaia.

Dado ao que foi exposto, Duarte (2009) ressalta:

Deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, à possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e a perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo.
(DUARTE, 2009, p.64)

O desafio das duas partes - policiais e assessoria - é ficar atento ao tempo de transmissão e produção que tal notícia pode ocupar na mídia, uma vez que as maiorias das informações passadas da PM se tratam de casos delicados, o que envolve até assassinatos, roubos, suicídios. Quanto mais frequência o acontecimento tiver em um determinado meio de comunicação, mais o assessor deve se ater para questões de credibilidade e mediação entre o assessorado e a mídia. Pontuadas estas questões, o plano de ação se pautou por:

- Ação 1 – Intensificar os canais de comunicação entre o público e a PM (redes sociais, e-mails, imprensa, blog);
- Ação 2 – Elaborar vídeos institucionais e educativos como, trânsito, drogas, violência, etc;
- Ação 3 – Desenvolver meios, canais ou programas informativos ao público interno e externo, através de panfletos, mural, informativos, palestras;
- Ação 4 – Elaborar uma pesquisa com a população em forma de matéria, a fim de obter resultados quanto ao trabalho da polícia militar para uma possível qualificação.

6 CONSIDERAÇÕES

Em relação as atividades exercidas durante o ano de 2013 como assessor de imprensa no 15º Batalhão de Polícia Militar de Alto Araguaia ‘Capitão PM José Wilson Souza’, a experiência foi mútua. Particularmente, pude refletir mais acerca do trabalho de assessoria de comunicação em órgãos públicos. Este exercício me propiciou maior contato com a prática jornalística, atrelada à teoria que aprendemos em sala de aula. Desta forma, é indispensável

citar que a realização do estágio cooperou para a qualificação no mercado de trabalho, uma vez que, mediante a supervisão, obtivemos a oportunidade de debater a respeito de cada atividade realizada. Talvez a dificuldade encontrada nesse tipo de assessoria em órgão público, seja a participação dos agentes principais para informar as diversas atividades a serem realizadas na empresa, visto que o assessor não saberá de tudo se não o informar. Tem que haver uma cumplicidade entre o assessor e assessorado.

Com o aprendizado adquirido com relação ao trabalho dos policiais militares na região sul do Araguaia, a mediação entre o 15º BPM com os veículos midiáticos pode ser potencializada a medida com que identificávamos conteúdos de interesse público e de cunho informativo agregado. As administrações de crises, o trabalho de solenidades, a produção de materiais visuais e até mesmo o acompanhamento realizado a partir das ocorrências registradas, contribuíram e serviram de base para enriquecer nossa postura enquanto profissionais de comunicação com ênfase na assessoria. Assim, de fato, esta prática nos forneceu a oportunidade em desenvolver todo o conhecimento teórico recebido.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COSTA, Juliana dos Santos Ferreira. **Comunicação Pública, Assessoria de Imprensa e Compromisso com a cidadania: o caso IFPE.** Disponível em: <http://www.bocc.uff.br/pag/costa-juliana-comunicacao-publica-assessoria-de-imprensa.pdf>

CURVELLO, João José Azevedo. **Legitimação das assessorias de comunicação nas organizações.** In DUARTE, Jorge (org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011. p.96-115.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa no Brasil.** In DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011. p.51-77.

_____. **Instrumentos da comunicação pública.** In DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p.59-71.

FARIA, Armando Medeiros de. **Imprensa e organizações.** In DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011. p.137-147.

KUNSCH, Margarida Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 2. ed. São Paulo: Summus, 2002.

LOPES, Poliana. **A importância da assessoria de imprensa nos órgãos públicos**: o caso da Prefeitura de Feliz. Universidade Feevale, 2010. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopes-poliana-a-importancia-da-assessoria-de-imprensa.pdf>

LORENZETTI, Gisele; RIBEIRO, Eduardo. **Planejamento estratégico em assessoria de imprensa**. In DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011. p.216-258.

MONTEIRO, Graça França. **A notícia institucional**. In DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011. p.115-137.