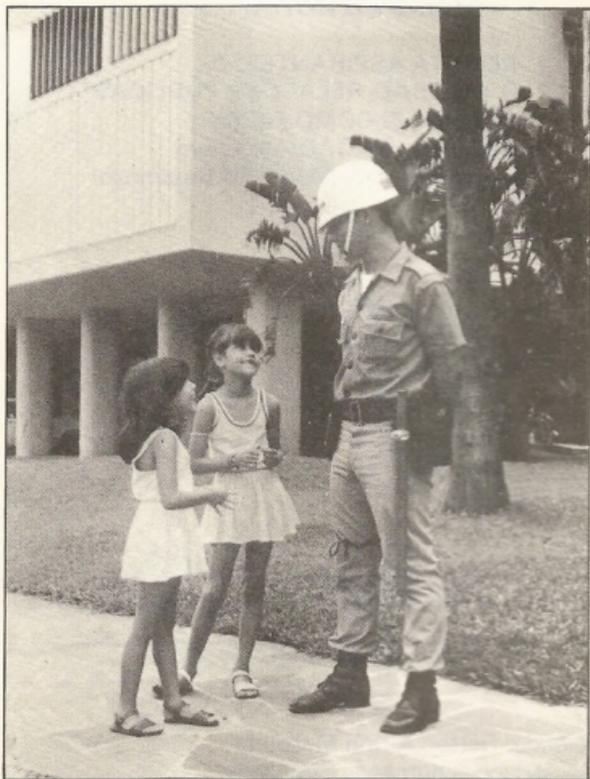


GELSON AIRTON MESQUITA VINADÉ  
1.º Ten PM

# RELAÇÕES HUMANAS E PÚBLICAS



Exposição  
257065



RELAÇÕES HUMANAS  
E  
PÚBLICAS

FÁBIO DUARTE FERNANDES

JOÃO FRANCISCO DOS SANTOS  
COEM Matr 13765478

## OBRAS DO AUTOR

1. REVISTA ASPIRANTES/75
2. O QUE SÃO RELAÇÕES PÚBLICAS?  
QUEM FAZ? COMO FAZER?
3. ABC DO BRIGADIANO (em  
co-autoria com o Maj PM Retamozo)

FICHA CATALOGRÁFICA  
(CATALOGAÇÃO ELABORADA PELA BIBLIOTECA  
PÚBLICA DO ESTADO EM 12.4.83)

Vinadé, Gelson Airton Mesquita  
Relações humanas e públicas.  
Porto Alegre, 1983.  
52p. ilustr.

CDU 301.16  
301.153.2  
659.4

GELSON AIRTON MESQUITA VINADÉ  
OFICIAL DA BRIGADA MILITAR

# RELAÇÕES HUMANAS E PÚBLICAS

## **APRESENTAÇÃO**

Ten Cel PM JERÔNIMO CARLOS SANTOS BRAGA

## **ILUSTRAÇÕES E CAPA**

AUTOR

PORTO ALEGRE-RS

— 1983 —

COPYRIGHT © 1983  
GELSON AIRTON MESQUITA VINADÉ

IMPRESSO NO BRASIL  
PRINTED IN BRAZIL

## **O MEU RECONHECIMENTO**

A D. Suelcy, minha mãe  
A Elizabeth, minha esposa  
A minha família  
A todos que sempre me incentivaram

## **HOMENAGEM PÓSTUMA AO**

**Cel Euribyades Guasque de Mesquita**

**Cel Carlos Guasque de Mesquita**

**Sd Athos Vinadé (morto em 22 Nov 24**

**no Combate do Cerro da Conceição, aos 17 anos de idade)**

## APRESENTAÇÃO

Os grupos sociais agem e interagem completando-se e complementando-se, formando neste processo a sociedade, que por sua vez é juiz implacável no julgamento e aceitação dos grupamentos que a formam. Mesmo a existência de grupos sociais, ou seja, de instituições, formadas em razão da sociedade, não lhes é garantida a aprovação social, podendo chegar a viverem em permanente conflito com a sociedade para a qual existem e em razão da qual estruturam-se, subordinando-lhe toda uma filosofia, uma política e uma forma de ser e agir.

Assim acontece com a Brigada Militar, instituída para a manutenção dos valores e regras de nossa sociedade, através de um processo que garante o direito de viver em segurança. No entanto, é necessário mais do que o conhecimento profundo de suas missões e de suas técnicas de execução; é também imprescindível a criação de instrumentos que mantenham um clima de harmonia e acima de tudo, um clima de entendimento com a sociedade, compreendida como instituição capaz de proporcionar a segurança, que é um direito inalienável do cidadão.

Esse clima é mantido através de processos de relacionamento que otimizam o grau de civilidade do Policial-Militar, na verdadeira acepção da palavra, e que criem elementos de contato e de vivência entre a Corporação e a Sociedade.

A presente obra do Ten Vinadé conduz facilmente o leitor ao conhecimento de uma série de regras, normas e técnicas, próprias das atividades de Comunicação Social, bem como daquela gama de conhecimento de Relações Humanas, que aperfeiçoam o contato não só com a sociedade, como internamente entre os companheiros de instituição.

O estilo ágil e a criatividade são pontos altos da obra, permitindo um perfeito entendimento daquilo a que se propõe o autor: de levar maiores conhecimentos aos componentes da Brigada Militar, no campo das Relações Humanas e Públicas, dando assim mais uma contribuição inestimável à Corporação. Sua leitura cabe a todos os degraus de nossa hierarquia, seja para estudo ou como obra de consulta, cabendo-lhe presença obrigatória nas bibliotecas de todas as Unidades.

Jerônimo Carlos Santos Braga  
Ten Cel PM da Brigada Militar  
e Professor da Famecos/PUC-RS

# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	11
-------------------------	----

## **RELAÇÕES HUMANAS**

1. Conceito .....	13
2. Importância do estudo das RH .....	13
3. Locais onde encontramos problemas de RH. . . .	14
4. Comportamentos prejudiciais ao relacionamento humano .....	14
5. Flexibilidade de comportamento .....	15
6. Relações existentes no quartel .....	15
7. Regras de convivência .....	17
RESUMO I .....	17

## **COMUNICAÇÃO HUMANA**

1. Introdução .....	19
2. Conceito .....	20
3. Instrumentos naturais de comunicação .....	21
4. Tipos de Comunicação .....	21
5. Comunicação através da linguagem do corpo ..	23
6. Elementos básicos da comunicação .....	24
7. Obstáculos à comunicação .....	26
a. Filtragens .....	26
b. Ruídos .....	27
c. Bloqueios .....	28
8. Origem dos obstáculos .....	29
RESUMO II .....	30

## RELAÇÕES PÚBLICAS

1. Conceito .....	32
2. Público .....	32
a. Conceito .....	32
b. Público-alvo .....	32
c. Tipos de público .....	32
d. Público Interno .....	33
e. Público Externo .....	33
f. Público Específico .....	34
3. Instrumentos de RP .....	
a. Introdução .....	36
b. Instrumentos de comunicação humana .....	36
c. Instrumentos de RP .....	36
d. Instrumentos de RP individuais .....	37
e. Instrumentos de RP na Corporação .....	39
f. Instrumentos de RP de massa .....	41
4. Opinião Pública .....	
a. Conceito .....	44
b. Importância da OP para a Corporação .....	44
c. Importância da PM para a formação da OP .....	44
d. Importância da imprensa na formação da OP .....	46
e. Importância dos educadores e educandos na formação da OP .....	46
5. Fatores que influenciam a OP .....	
a. Fatores Positivos .....	47
b. Fatores Negativos .....	47
6. Pesquisa de Opinião Pública .....	
a. Conceito .....	48
b. Objetivos de uma Pesquisa de OP .....	48
c. Processos utilizados .....	48
d. Campo de pesquisa .....	48
e. Importância de uma pesquisa de OP .....	48
RESUMO III .....	49
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>50</b>
<b>FICHA DE AVALIAÇÃO DO MANUAL .....</b>	<b>51</b>

# relações humanas

## 1. CONCEITO

*Relações Humanas é a arte de se obter e conservar a cooperação e a confiança dos membros do grupo.*

## 2. IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DAS RELAÇÕES HUMANAS

O estudo das Relações Humanas é importante porque nos mostra a necessidade de manter um bom relacionamento interpessoal no lar, no local de trabalho, enfim, em qualquer ambiente onde haja a presença de pessoas.

As Relações Humanas buscam melhorar o tratamento que deve ser dispensado às pessoas, facilitando assim o seu convívio.



É sumamente importante que você, PM, tenha um amplo conhecimento sobre Relações Humanas, pois a sua profissão exige que você tenha contatos com inúmeras pessoas, seja dentro do quartel ou fora dele.

### 3. LOCAIS ONDE ENCONTRAMOS PROBLEMAS DE RELAÇÕES HUMANAS

Em todos os setores da vida encontramos problemas de relações humanas:

- na família;
- no quartel;
- na escola;
- nos esportes;
- na "rodinha" de amigos;
- etc.

Onde se encontram duas pessoas, há problemas de relações humanas: marido e mulher, superior e subordinado, professor e aluno, etc.

*Um pai que está sempre irritado, que é um verdadeiro ditador dentro de casa, conseguirá na educação de seus filhos, resultados diferentes dos de um pai compreensivo, calmo e equilibrado em suas atitudes.*

Os problemas que surgem entre pais e filhos são problemas de...

.....

### 4. COMPORTAMENTOS PREJUDICIAIS AO RELACIONAMENTO HUMANO

Eis alguns comportamentos que prejudicam o relacionamento entre as pessoas:

- ser agressivo ao falar com as pessoas;
- gostar de impor suas idéias;
- interromper os outros quando falam;
- falta de traquejo interpessoal;
- não compreender as outras pessoas além da sua forma de ver as coisas.

## 5. FLEXIBILIDADE DE COMPORTAMENTO

Iniciaremos com um exemplo:



Se Ana, uma criança de 6 anos, te agredir;  
Se Pedro, um adolescente de 13 anos, te agredir;  
Se um amigo, por qualquer razão, te agredir;  
Se a tua namorada, te agredir;  
Se um marginal, elemento perigoso, te agredir...

Você não deve ter a mesma reação para com todos os casos, se isso ocorrer, você...

NÃO TERÁ.....

*Flexibilidade de Comportamento* é a capacidade do elemento conduzir-se apropriadamente conforme as circunstâncias.

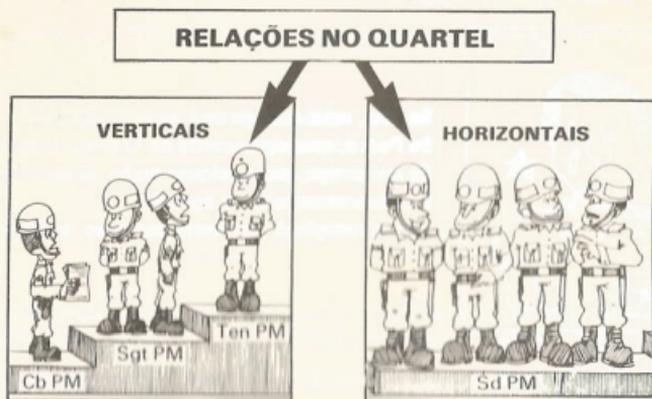
**ATENÇÃO**

**A FLEXIBILIDADE DE COMPORTAMENTO É A CHAVE PARA UM BOM ATENDIMENTO AO PÚBLICO, POIS, NÃO PODEMOS TRATAR UMA PESSOA PORTADORA DE UM COMPORTAMENTO EXEMPLAR DA MESMA FORMA COMO TRATAMOS UM ELEMENTO DE ALTA PERICULOSIDADE.**

## 6. RELAÇÕES EXISTENTES NO QUARTEL

É dentro do quartel que permanecemos uma boa parte de nosso tempo e, por esta razão, se faz necessário criar um clima de harmonia, alicerçado no respeito mútuo e no espírito de equipe.

Vamos estudar as relações existentes em nossa Corporação com o objetivo de auxiliá-lo no seu convívio com superiores, subordinados ou colegas de posto ou graduação.



As relações entre elementos de postos ou graduações diferentes nós chamamos de:

Relações .....

As relações entre elementos do mesmo posto ou graduação nós chamamos de:

Relações .....

Nossa profissão exige que trabalhemos como uma equipe unida e coesa. Para tanto, é imprescindível que não exista conflitos em qualquer uma dessas relações e, entre essas relações.

**ATENÇÃO**

**UM RELACIONAMENTO SEGURO ENTRE OS MEMBROS DA CORPORACÃO FAZ COM QUE HAJA INTERESSE NO TRABALHO, TROCA DE IDÉIAS E PROPOSTAS PARA A SOLUÇÃO CONJUNTA DE DIFICULDADES.**

## 7. REGRAS DE CONVIVÊNCIA

Eis algumas regras que o auxiliarão no seu relacionamento com outras pessoas:

1. Trate os outros como gostaria de ser tratado;
2. Sempre que alguém lhe prestar um favor agradeça;
3. Ensine seus filhos a respeitarem os vizinhos;
4. Não se imiscua em problemas que não lhe digam respeito;
5. Evite falar mal ou divulgar a sua opinião pessoal sobre esta ou aquela pessoa;
6. Evite repreender quem quer que seja na frente dos outros. Chame-o a sós;
7. Seja moderado ao falar, isto é, fale apenas para o seu interlocutor;
8. Não trate de assuntos tristes ou desagradáveis durante as refeições;
9. Ao transitar em calçadas públicas faça-o sempre pela direita, ultrapassando pela esquerda;
10. Seja atencioso, polido e prestativo para com as pessoas;
11. Evite brincadeiras que possam ferir alguém.

### RESUMO I

#### RELAÇÕES HUMANAS

**RELAÇÕES HUMANAS:** É a arte de se obter e conservar a cooperação e a confiança dos membros do grupo.

**IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DAS RH:** É importante porque mostra a necessidade de se manter um bom relacionamento interpessoal no lar, no local de trabalho, enfim, em qualquer ambiente onde haja a presença de pessoas.

**SETORES ONDE ENCONTRAMOS PROBLEMAS DE RH:** Na família, no quartel, na escola, nos esportes, na "rodinha" de amigos, etc.

#### COMPORTAMENTOS PREJUDICIAIS AO RELACIONAMENTO HUMANO

- Ser agressivo ao falar com as pessoas;
- Gostar de impor suas idéias;
- Interromper os outros quando falam;
- Falta de traquejo interpessoal;
- Não compreender as pessoas além da sua forma de ver as coisas.

**FLEXIBILIDADE DE COMPORTAMENTO:** É a capacidade do elemento conduzir-se apropriadamente conforme as circunstâncias.

**RELAÇÕES EXISTENTES NO QUARTEL**

- Relações Verticais:  
Entre elementos de postos ou graduações diferentes
- Relações Horizontais:  
Entre elementos do mesmo posto ou graduação

**REGRAS DE CONVIVÊNCIA**

- Trate os outros como gostaria de ser tratado;
- Sempre que alguém lhe prestar um favor agradeça;
- Ensine seus filhos a respeitarem os vizinhos;
- Não se imiscua em problemas que não lhe digam respeito;
- Evite brincadeiras que possam ferir alguém;
- Etc.

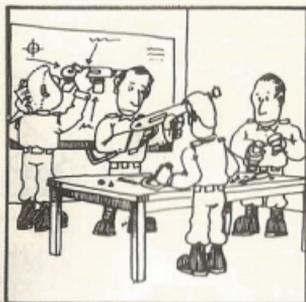
# comunicação humana

## 1. INTRODUÇÃO

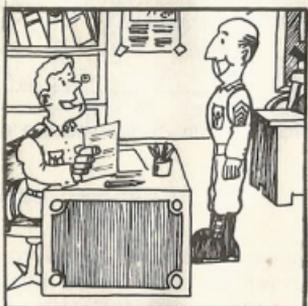
O relacionamento entre...



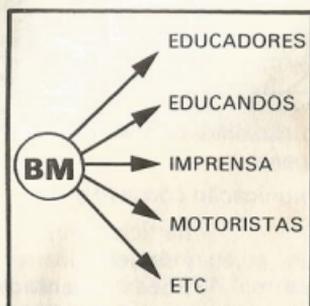
AS PESSOAS



OS MEMBROS DE UM GRUPO



SUPERIORES E SUBORDINADOS



A BM E OS SEUS PÚBLICOS

...são fatores pertinentes às Relações Humanas e Públicas e imprescindíveis para o êxito de nossas missões.

Para facilitar ou tornar possível a existência de um relacionamento, é necessário que haja comunicação entre as pessoas e/ou grupos.

## ATENÇÃO

**AS RELAÇÕES HUMANAS E PÚBLICAS NECESSITAM DA EXISTÊNCIA DE COMUNICAÇÃO, POR SER UM FATOR DE INTEGRAÇÃO E INTERAÇÃO SOCIAL.**

## 2. CONCEITO

Comunicação é toda a troca compreensiva de símbolos, onde expressamos nossas idéias, pensamentos, desejos e atitudes ao nosso interlocutor.



Nos quadrinhos acima, vê-se que houve uma *comunicação* entre os personagens.

Comunicação consiste em...

- participação,
- interação,
- troca de mensagens,
- emissão e recebimento de mensagens.

**COMUNICAR É TORNAR COMUM**

### 3. INSTRUMENTOS NATURAIS DE COMUNICAÇÃO

Toda a criatura humana normal possui instrumentos naturais de comunicação. É capaz de ver, ouvir, falar e escrever. Ainda podemos acrescentar a esses a maneira de ser, cuja caracterização é feita através de uma série quase interminável de gestos e artifícios espontâneos ou não.

Os instrumentos naturais de comunicação são:

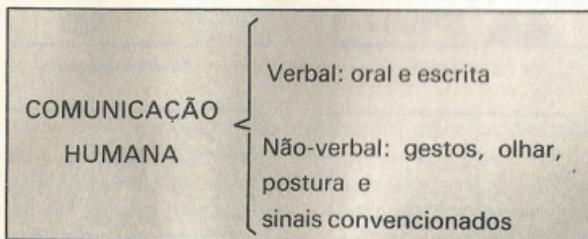
--	--	--	--	--

Nas nossas relações com as outras pessoas estamos, a todo instante, nos utilizando desses instrumentos naturais, separadamente ou não. Em suma, estamos constantemente estabelecendo comunicações.

Podemos resumir dizendo que a principal finalidade da comunicação é fazer com que as pessoas se entendam, que possam manter contatos e assim se relacionarem, propiciando uma maior e melhor convivência.

### 4. TIPOS DE COMUNICAÇÃO

São vários os tipos de comunicação e, para melhor estudá-los, adotamos a seguinte classificação:



#### Comunicação Verbal

É aquela em que a mensagem é constituída pela palavra, seja ORAL (conversas, palestras, aulas expositivas, etc.) ou ESCRITA (cartas, telegramas, cartazes, trabalhos escritos dos alunos, etc.)

**"A comunicação oral, de certo modo é mais eficiente do que a comunicação escrita na transmissão de idéias e ordens, por que o tom de voz, a expressão fisionômi-**

ca e os gestos que acompanham esse tipo de comunicação dão-lhe colorido e vivacidade. Mas, justamente por essa qualidade, ela está mais sujeita a sofrer distorções do que a comunicação escrita".\*

## Comunicação não-verbal

A comunicação não-verbal engloba todos os demais artifícios que podem ser utilizados para emitir mensagens, tais como gestos, postura do corpo, olhar e sinais convencionados.

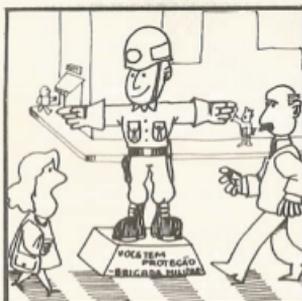
A comunicação, em nossas atividades de Policiamento Ostensivo, é de relevante importância, pois, passamos todo o tempo emitindo mensagens às pessoas através...



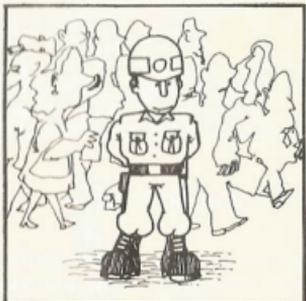
da palavra oral



da palavra escrita



da linguagem do corpo



\*ANDRADE, Cândido T. de Souza. Administração de Relações Públicas. Porto Alegre, FAMECOS/PUC, 1980.

## 5. COMUNICAÇÃO ATRAVÉS DA LINGUAGEM DO CORPO

“Pela linguagem do corpo, você diz muitas coisas aos outros.

E eles têm muitas coisas a dizer para você”. (Pierre Weil)

Chamamos de *linguagem do corpo* ao conjunto de atitudes, gestos e comportamentos que podem ter uma significação para outra pessoa.

Preste atenção no desenho abaixo e assinale com um “X” a mensagem que o personagem lhe transmite:



alegria

sono

nervosismo

Viu como é fácil perceber uma mensagem transmitida pela *linguagem do corpo*? Bem, os exemplos não terminam por aí. Preste bem atenção nas pessoas que estão a seu redor e você verá diversos outros exemplos. Contudo, deve-se ter muito cuidado ao julgar as outras pessoas, pois, nem sempre nossas atitudes, gestos e comportamentos são interpretados de acordo com nossas intenções ou com aquilo que realmente estamos sentindo.

Para melhor compreensão vamos retornar ao exemplo anterior. Imaginemos que esta situação tivesse ocorrido em uma sala de aula. O professor pode interpretá-la como uma demonstração de desinteresse pelo assunto ministrado. Então, o simples bocejo de um aluno mal dormido pode ser interpretado como um sinal de desinteresse.

Devemos dar uma grande importância para a nossa postura, correção de atitudes e boa apresentação, pois, o Policiamento Ostensivo é muito vulnerável à opinião das pessoas.

## 6. ELEMENTOS BÁSICOS DA COMUNICAÇÃO

O Sgt PM Pedro, sargenteante da 1ª Cia, chama o Sd PM Paulo e comunica-lhe:

– “Você entrará de serviço amanhã no lugar do Sd PM João, que se encontra enfermo”.

Prontamente recebeu a seguinte resposta:

– “Pois não! Amanhã estarei aqui”.

Quando o Sgt PM Pedro se dirigiu ao Sd PM Paulo, falando-lhe, diz-se que o Sgt PM Pedro emitiu uma mensagem para o Sd PM Paulo, que demonstrou entendê-la.

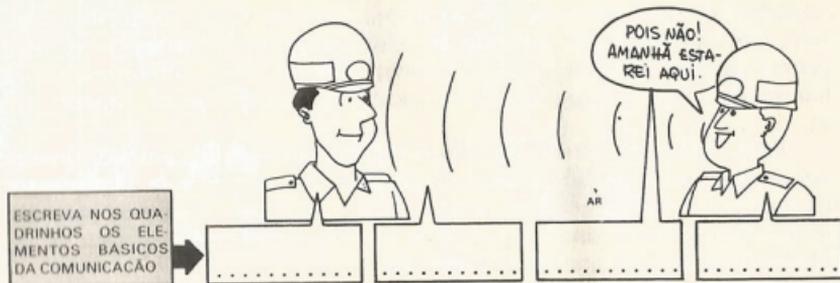
Neste caso o Sgt PM Pedro é o EMISSOR e o Sd PM Paulo o RECEPTOR. Aquilo que o Sgt PM transmitiu e o Sd PM recebeu é o que chamamos de MENSAGEM. Ora, esta mensagem foi transmitida através do ar que é o CANAL.

Deu para você compreender?

Bem, preste atenção nos desenhos abaixo e você visualizará melhor o que foi dito

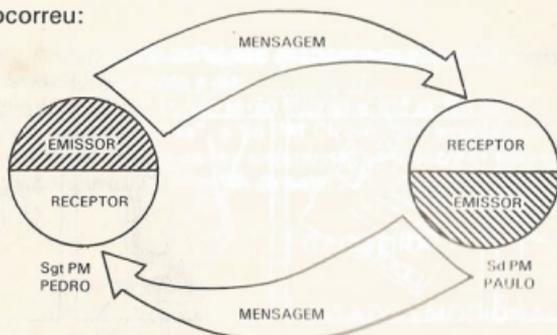


O processo da comunicação só se completará quando o receptor reagir, isto é, demonstrar que compreendeu a mensagem do emissor.



Agora o Sd PM Paulo passa a ser o EMISSOR e o Sgt PM Pedro o RECEPTOR.

Veja o que ocorreu:



### ATENÇÃO

**A COMUNICAÇÃO HUMANA EXIGE NO MÍNIMO A PARTICIPAÇÃO DE DUAS PESSOAS**

Vamos, agora, estudar cada um dos elementos básicos da comunicação

#### **Emissor**

É a pessoa que emite uma mensagem a outrem.

#### **Receptor**

É a pessoa que recebe a mensagem e a interpreta. Quando esta interpretação coincide com a do *emissor*, dizemos que houve uma comunicação.

#### **Mensagem**

É tudo aquilo que o emissor emite e o receptor recebe (informações, ordens, esclarecimentos, solicitações, etc.). No processo da comunicação ela precisa ser significativa, isto é, deve dizer qualquer coisa *em comum* tanto para o emissor como para o receptor.

#### **Exemplo**

Se você disser a alguém que não conhece os nossos códigos de ocorrências, que o fulano de tal estava em "11" fazendo uma "12", não haverá comunicação porque o receptor certamente não entenderá a mensagem.

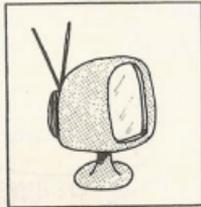
É a linguagem em comum que dá significado à mensagem.

Compreende-se por "linguagem", tudo o que serve à comunicação humana (palavras, números, sons, gestos, símbolos, etc.).

## Canal

É o veículo pelo qual a mensagem chega ao receptor.

### Exemplos:



São inúmeros os tipos de canais que podem ser utilizados, no entanto, cabe ao emissor escolher aquele que seja mais apropriado à emissão de sua mensagem. O canal pode facilitar ou dificultar a interpretação da mensagem.

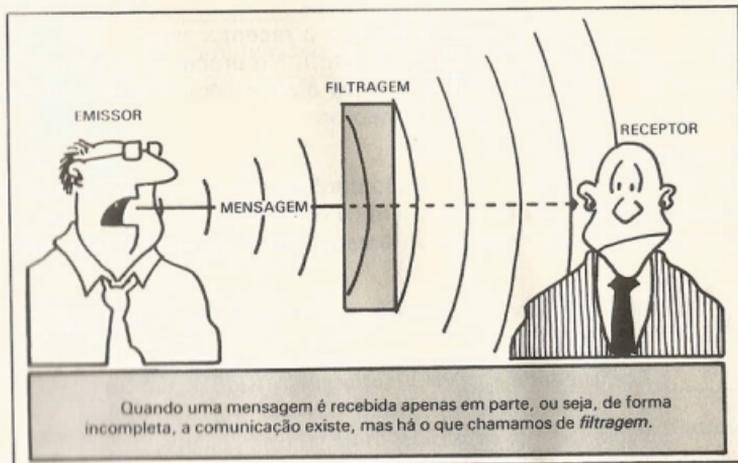
## 7. OBSTÁCULOS À COMUNICAÇÃO

Denominamos de obstáculos à comunicação os fatores que interferem na comunicação entre as pessoas ou grupos.

Classificamos em três os obstáculos:

FILTRAGENS  
RUÍDOS  
BLOQUEIOS

### a. Filtragens



## Exemplo

O Ten Luiz, Comandante do Pelotão que se encontrava de prontidão há dois dias, aproxima-se de seu grupamento e diz:

– Atenção pessoal, vocês não serão liberados até as 18h de hoje.

Logo após o “fora de forma”, o Sd PM Cícero, que estava ansioso para ver sua noiva, sai correndo em direção ao seu alojamento para botar a “paisana”, pois, entendeu: “vocês serão liberados até as 18h de hoje”.

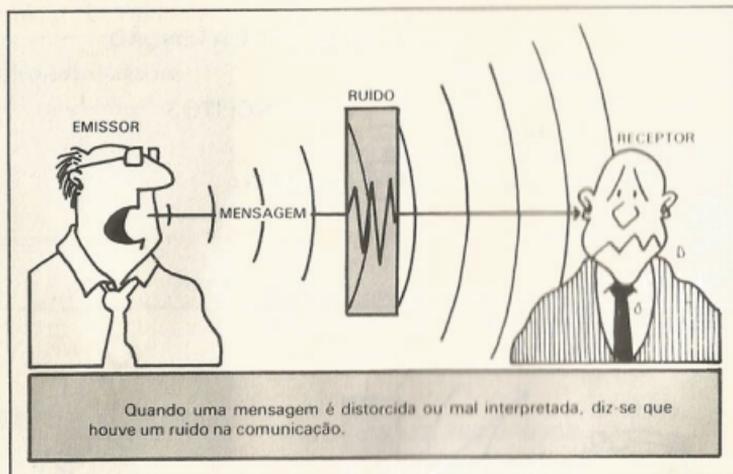
Assinale com um “X” a causa da filtragem

GAGUEIRA

ESTADO EMOCIONAL

DESINTERESSE

## b. Ruídos



## Exemplo

A história do eclipse do sol, muito conhecida entre nós, ilustra o ruído na comunicação:

“Capitão ao Sargento-ajudante:

– Sargento! Dando-se amanhã um eclipse do sol, determino que a companhia esteja formada, com uniforme de campanha, no campo de exercício, onde darei explicações em torno do raro fenômeno que não acontece todos os dias. Se por acaso chover, nada se poderá ver e neste caso a companhia fica dentro do quartel.

### Sargento-ajudante ao Sargento de Dia:

— Sargento, de ordem de meu capitão, amanhã haverá um eclipse do sol, em uniforme de campanha. Toda a companhia terá de estar formada no campo de exercício, onde meu capitão dará explicações necessárias, o que não acontece todos os dias. Se chover, o fenômeno será dentro do quartel!

### Sargento de Dia ao Cabo:

— Cabo, o nosso capitão fará amanhã um eclipse do sol no campo de exercício. Se chover, o que não acontece todos os dias, nada se poderá ver. Em uniforme de campanha o capitão dará a explicação necessária, dentro do quartel.

### Cabo aos soldados:

— Soldados, amanhã para receber o eclipse que dará a explicação necessária sobre o nosso capitão, o fenômeno será em uniforme de exercício. Isto, se chover dentro do quartel, o que não acontece todos os dias”.

(Extraído do livro “A Técnica da Comunicação Humana”, de J. R. Whitaker Pentead).

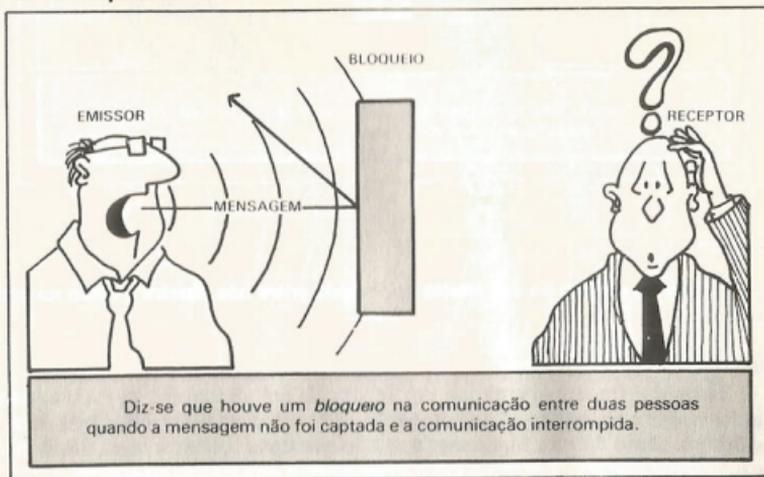
Assinale com  
um “X” a causa  
do ruído

FALTA DE ATENÇÃO

PRECONCEITOS

GAGUEIRA

### c. Bloqueio



### Exemplo

Retorne à pág. 25 e releia com bastante atenção o exemplo fornecido na parte que trata sobre a *mensagem* e depois assinale com um "X" a causa do *bloqueio*.

- Preconceitos
- Estado emocional
- Improriedade dos termos

## 8. ORIGEM DOS OBSTÁCULOS

Os obstáculos podem surgir da parte de qualquer um dos elementos da comunicação. Vejamos:

Elementos básicos	Obstáculos
EMISSOR	gagueira, má dicção, impropriedade dos termos, inibição, estado emocional...
RECEPTOR	surdez, preconceitos, inibição, opiniões, estado emocional, desinteresse,...
MENSAGEM	falta de clareza, ilegibilidade,...
CANAL	interferências, conversas, descargas elétricas,...

Os obstáculos, além de prejudicarem a eficácia da comunicação, interferem no relacionamento das pessoas ou grupos, afetando assim as relações humanas e públicas. É necessário que todos se conscientizem da importância de uma boa comunicação para evitar mal-entendidos, aproximar as pessoas e conquistar simpatias.

## RESUMO II

### COMUNICAÇÃO HUMANA

**IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO:** A comunicação é um fator de integração e interação social, pois, facilita ou torna possível a existência de um relacionamento entre as pessoas e/ou grupos.

**CONCEITO DE COMUNICAÇÃO:** É toda a troca compreensiva de símbolos, onde expressamos nossas idéias, pensamentos, desejos e atitudes ao nosso intérlocutor.

#### INSTRUMENTOS NATURAIS DE COMUNICAÇÃO

- A visão
- A audição
- A fala
- A escrita
- A maneira de ser

#### TIPOS DE COMUNICAÇÃO

- Verbal
  - Oral (conversas, palestras, aulas expositivas, etc.)
  - Escrita (carta, telegrama, requerimento, etc.)
- Não-verbal (gestos, olhar, sinais convencionados, etc.)

**ELEMENTOS BÁSICOS DA COMUNICAÇÃO:** Emissor — Mensagem — Canal — Receptor

**CONCEITO DE LINGUAGEM:** Tudo que serve à comunicação humana (palavras, números, sons, gestos, símbolos, etc.)

**OBSTÁCULOS À COMUNICAÇÃO:** São os fatores que interferem na comunicação entre as pessoas ou grupos.

#### CLASSIFICAÇÃO DOS OBSTÁCULOS

- FILTRAGEM: Mensagem recebida de forma incompleta
- RUIÐO: Mensagem distorcida ou mal interpretada
- BLOQUEIO: A mensagem não é captada

**ORIGEM DOS OBSTÁCULOS:** Podem surgir da parte de qualquer um dos elementos básicos da comunicação:

EMISSOR — Gagueira, má dicção, inibição, impropriedades dos termos, etc.

MENSAGEM — Falta de clareza, legibilidades...

CANAL — Interferências, conversas, etc.

RECEPTOR — Surdez, preconceitos, desinteresse, etc.

# relações públicas



Você, PM, é a pessoa que ao dizer bom dia para o vizinho estará desenvolvendo um relacionamento humano, mas, ao dizer bom dia aos moradores de seu setor, estará fazendo relações públicas.

## 1. CONCEITO

Relações Públicas são os procedimentos efetuados para melhorar ou manter o conceito de uma determinada pessoa ou instituição junto às demais. Objetivam alcançar a compreensão, a amizade e a colaboração do público em geral, criando assim condições favoráveis à execução do serviço.

## 2. PÚBLICO

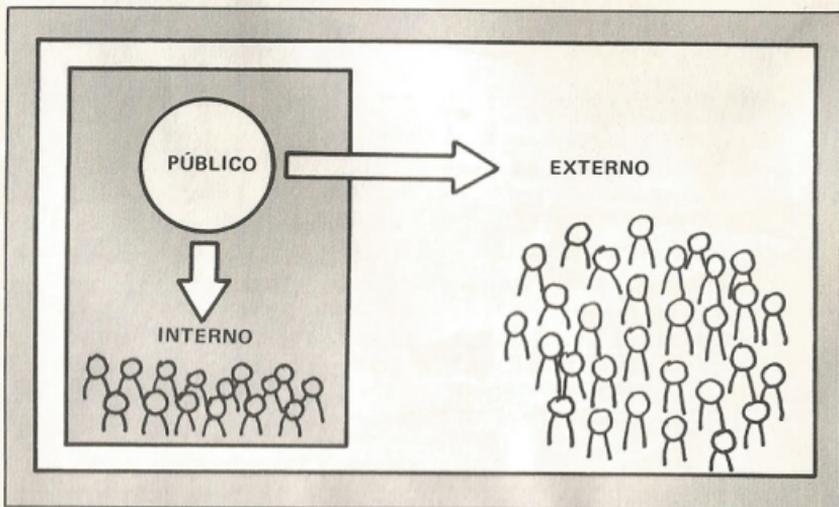
### a. Conceito

Público é o grupo de pessoas cujos interesses comuns são atingidos pela nossa instituição e, cujos atos, afetam diretamente ou indiretamente os interesses de nossa organização.

### b. Público-alvo

É um conjunto de pessoas ou um grupo social a quem é dirigida uma ação de Relações Públicas.

### c. Tipos de público



CLASSIFICAMOS OS PÚBLICOS DE NOSSA CORPORAÇÃO EM:

P. ....

P. ....

## d. Público Interno

O Público Interno é constituído pelas pessoas que estão mais próximas de nossa Corporação, isto é, aqueles que a integram. Nos referimos ao pessoal da ativa, aos companheiros inativos e aos funcionários civis, bem como, seus respectivos familiares.

O Público Interno é a base física e espiritual de nossa instituição, constituindo-se em seu público n.º 1.

Por que o Público Interno é tão importante assim?

Ele é importante porque é de sua atuação que dependerá a imagem de nossa Corporação.

Ele é importante porque qualquer organização é gente, acima de tudo.

É formada por pessoas que lhe dão vida.

Você já imaginou se hoje, por uma razão qualquer, todos solicitassem licenciamento da Força?

Praticamente nossa instituição deixaria de existir.

Para o Público Externo, todas as pessoas que integram uma organização são essa organização. Preste atenção nas notícias sobre a Brigada Militar que são divulgadas pela imprensa e você constatará isto.

## e. Público Externo

O Público Externo é constituído pelas demais pessoas que não integram o nosso Público Interno. Podemos afirmar que o Público Externo se confunde com a própria comunidade brasileira e, em especial, a rio-grandense.

O Público Externo é importante para a nossa Corporação?

Sem sombra de dúvidas que é, pois, o seu comportamento traduz um julgamento coletivo em relação à Corporação que medirá, igualmente, o maior ou menor grau de aceitação, pela comunidade, do serviço que é oferecido pela Brigada Militar: SEGURANÇA.

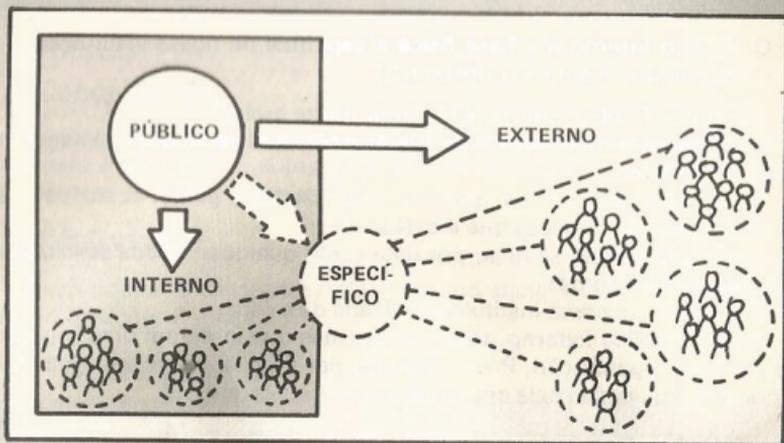
Este comportamento influenciará direta e permanentemente nossas ações.

O PÚBLICO INTERNO e o o PÚBLICO EXTERNO são os dois grandes públicos da Brigada Militar, contudo, cada um deles é constituído por vários outros públicos que nós denominamos de

PÚBLICOS ESPECÍFICOS

## f. Público Específico

O Público Específico é constituído por determinados grupos de pessoas que possuem interesses comuns ou que se distingam por suas características.



Vejamos alguns exemplos para que você possa compreender melhor.

### Exemplo nº 1

Leia com bastante atenção a definição de Público Interno. (pág. 33) Você deve ter percebido que a própria definição já nos fornece três Públicos Específicos, não é verdade?

Enumere-os então:

1. ....

2. ....

3. ....

### Exemplo nº 2

Em 1981, o Comando-Geral da Corporação regulamentou o "Dia do Inativo", criado com o objetivo de homenagear aqueles companheiros que nos antecederam e que muito fizeram em benefício de nossa organização. Este dia, estipulado para 12 de novembro, dá início às diversas solenidades que se desenvolvem durante a "Semana da Brigada Militar", que se encerra no dia 18 de novembro.

Este evento destina-se a homenagear pessoas que compõem o PÚBLICO...

(marque com um "X" a opção correta)  INTERNO  EXTERNO

Qual o Público Específico atingido?

.....

**Exemplo nº 3**

Freqüentemente realizamos a "Operação Táxi", que consiste em dar "incertas" nos táxis que transitam com passageiros, principalmente à noite, com o objetivo de prevenir assaltos.

Esta "Operação" destina-se a proteger um grupo de indivíduos pertencentes ao PÚBLICO...

(marque com um "X" a opção correta)  INTERNO  EXTERNO

Qual o Público Específico atingido?

.....

Enumere cinco Públicos Específicos do Público Interno e cinco do Público Externo.

**P. INTERNO**



1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

**P. EXTERNO**



1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....

### 3. INSTRUMENTOS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

#### a. Introdução

“Constituindo parte integrante do grande mundo das comunicações, as Relações Públicas têm por instrumentos todos os meios e agentes que servem às comunicações, desde o mais informal e simples dos contatos humanos diretos até as técnicas apuradas dos modernos veículos de comunicação de massa”\*

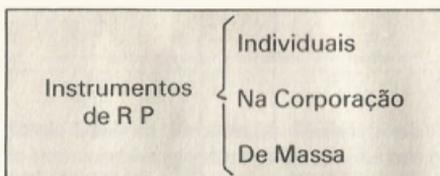
#### b. Instrumentos de Comunicação Humana

Os instrumentos de Comunicação Humana obedecem a três grandes classificações:

Individuais	<ul style="list-style-type: none"><li>— a fala</li><li>— a escrita</li><li>— a audição</li><li>— a leitura</li><li>— a maneira de ser ou conduta</li></ul>
Na corporação	<ul style="list-style-type: none"><li>— formaturas gerais</li><li>— reuniões</li><li>— eventos especiais</li><li>— telefone</li><li>— correspondência</li><li>— etc.</li></ul>
De massa	<ul style="list-style-type: none"><li>— jornais</li><li>— revistas</li><li>— rádio</li><li>— televisão</li><li>— cinema</li></ul>

#### c. Instrumentos de Relações Públicas

Segundo o critério contido na introdução, partiremos dos instrumentos de Comunicação Humana para chegarmos aos instrumentos de Relações Públicas da Corporação. Teremos então a seguinte classificação:



\*PENTEADO, J. R. Whitaker. Relações Públicas nas Empresas Modernas. 2. ed., São Paulo, Pioneira, 1978.

Vamos agora estudá-los separadamente.

#### d. Instrumentos de RP individuais

Em nossas atividades diárias nós utilizamos, principalmente, os seguintes instrumentos:

A FALA  
A ESCRITA  
A CONDUTA DO PM

##### A FALA

O PM, em sua atividade diária, é obrigado a manter contatos com as pessoas, seja prestando informações, orientando e advertindo aqueles que se encontram em uma conduta inconveniente. Neste simples contato, que na maioria das vezes é de curta duração, o PM demonstrará se está bem ou mal preparado, se sabe ou não comunicar-se. É importante que o PM fale com desembaraço, energia e conhecimento de causa, caso contrário, poderá transformar um simples caso de advertência em uma ocorrência de vulto.

##### A ESCRITA

A escrita é um dos tipos de Comunicação Humana que, a partir do momento que passa a representar uma instituição, transforma-se em um instrumento de RP.

##### Exemplo

**Suponhamos que você receba uma carta de uma loja que não conhece, lhe oferecendo seus serviços. Você percebe nesta carta várias incorreções gramaticais, além de estar suja e confusa.**

**Qual a impressão que esta firma lhe causará? A "imagem" que você terá dela será favorável ou desfavorável?**

**É claro que será uma "imagem" desfavorável, pois, você não tem outros elementos à mão no momento de fazer a sua avaliação dessa firma.**

**Podemos afirmar que esta firma fez más Relações Públicas porque formou opiniões desfavoráveis a ela.**

É para formar opiniões favoráveis à Corporação que você deve ter o máximo de cuidado ao extrair uma Notificação de Infração de Trânsito, ao preencher uma Ficha de Ocorrência ou confeccionar um ofício, relatórios e outros documentos que, em última análise, estão representando a nossa Corporação.

## A Imagem da Brigada Militar

Através do policiamento ostensivo é que a Brigada Militar se comunica com a Comunidade. O soldado que fica na rua controlando o trânsito, ajudando uma velhinha atravessar a rua, consolando uma criança perdida ou dando uma informação de uma forma gentil, é que mantém, diariamente, a imagem da Brigada Militar.

Por ser muito ampla e composta de inúmeros elementos é difícil manter uma mesma linha de conduta durante a execução de sua missão. Seguidamente, deparamos com as manchetes de Jornais, dando ênfase a fatos negativos que prejudicam a imagem da Instituição Policial-Militar, provocando um conceito errôneo e antipático para muitos.

Atos heróicos é que não faltam na Brigada Militar, porém, os mesmos não levam letras garrafas nas manchetes de jornais. O Bombeiro que correu risco de vida para salvar alguém, o salvavidas que, durante a Operação Golfinho, entrou mar a dentro para retirar um veranista audacioso, ou ajudar um velhinho a tomar banho de mar, o soldado que fica na frente da escola protegendo as crianças dos traficantes de tóxicos ou as viaturas que percorrem a cidade tentando evitar assaltos que não são comentados porque esta, nada mais é, do que a missão da Brigada Militar de proteger a Comunidade Gaúcha, não interessando o risco de vida que correm os Brigadianos.

A boa imagem da Brigada Militar é o reflexo do comportamento de seus agentes. Por isso, é necessário uma atenção especial, na maneira de agir e de falar, ao atender qualquer tipo de ocorrência. Obter conhecimentos, através de cursos de relações públicas, relações humanas e psicologia social, ajudarão o PM se sentir mais seguro e com maiores condições de realizar um bom trabalho.

Servir bem ao público é a finalidade mais alta da Corporação e deve ser a meta pessoal de cada um dos seus integrantes.

(TEXTO DE BEATRIZ COLLETTO TORRES, ASSESSORA DE  
RP DA PM5, PUBLICADO NO NBM N° 17/82)

É a conduta do PM um dos principais instrumentos de RP com que conta a Corporação. É através dela que o público constatará se a tropa está ou não bem preparada, se existe ou não a mentalidade de que nossa missão é proteger e garantir os direitos dos cidadãos.

É, principalmente, através da conduta do PM que obteremos a cooperação da população.

No Manual "O QUE SÃO RELAÇÕES PÚBLICAS? QUEM FAZ? COMO FAZER?", são apresentadas algumas sugestões que objetivam auxiliar o PM em sua conduta diária. Eis os principais tópicos constantes no manual que deverão ser "dissecados" por você:

**Relações Públicas se faz através do bom trabalho e, para trabalhar bem, você precisa**

- Demonstrar boa educação;
- Manter-se bem informado;
- Manter-se atualizado na profissão;
- Tratar as pessoas com atenção e polidez;
- Ajudar as pessoas;
- Conhecer ao máximo o serviço a ser executado;
- Cuidar da aparência;
- Evitar os atos de violência;
- Manter um bom relacionamento com a imprensa.

Eis mais alguns tópicos para você desenvolver:

- Ter iniciativa;
- Ser pontual;
- Dar sempre bons exemplos;
- Relacionar-se bem com a comunidade;
- Ser imparcial e impessoal no atendimento de ocorrências;
- Saber advertir as pessoas.

**ATENÇÃO**

**A IMAGEM DE UMA INSTITUIÇÃO POLICIAL-MILITAR SE CONQUISTA NAS RUAS, ATRAVÉS DE UM BOM DESEMPENHO**

**e. Instrumentos de RP na Corporação**

São inúmeros os instrumentos de Comunicações Humanas que podem servir como instrumentos de Relações Públicas na Corporação. Eis alguns mais utilizados:

**PALESTRAS  
TELEFONE  
CORRESPONDÊNCIA  
EVENTOS ESPECIAIS**

**PALESTRAS**

A sua principal vantagem é a de propiciar um contato mais direto com as pessoas. Elas servem para prestar esclarecimentos, divulgar idéias, baixar diretrizes, etc.

### Exemplos:

- palestras aos novos integrantes da OPM;
- palestras sobre educação para o trânsito, para escolares;
- palestras a visitantes;
- etc.

### TELEFONE

O **telefone** é de grande importância para qualquer organização e, em especial para a nossa. Ao atender uma chamada de fora o(a) telefonista assumirá a responsabilidade total pela "imagem" da Corporação, imagem delineada apenas por uma voz.

O (a) telefonista entre outras qualidades, deve ter pleno conhecimento das regras elementares de como deve atuar, senão criará uma imagem desfavorável da instituição.

### Exemplos:

- muitas vezes a demora ao atender uma chamada telefônica é suficiente para a transmissão de uma "imagem" desfavorável;
- a falta de traquejo do(a) telefonista também vem em prejuízo da imagem da organização.

### CORRESPONDÊNCIA

Uma especial atenção deve ser dada a toda correspondência expedida pela OPM, em especial àquelas dirigidas ao P. Externo, por constituir-se num importante instrumento de RP capaz de formar opiniões a respeito da Organização.

Um ofício, uma carta ou outro documento qualquer, possuem um grande poder de representação, pois, muitas vezes, quem as recebe não tem outros elementos à mão para fazer a sua avaliação sobre a OPM.

### Exemplo:

**Um documento mal redigido, com erros grosseiros de ortografia, de gramática, mal datilografado, transmite uma má impressão do órgão remetente.**

### EVENTOS ESPECIAIS

Os eventos especiais são planejados para atrair a atenção e despertar o interesse do público, e, ao mesmo tempo informá-lo e conquistar sua boa vontade.

Normalmente os **eventos especiais** levam denominações sugestivas que, além de descrevê-los, apelam para a imaginação pública.

### Exemplos:

Semana do Bombeiro  
Semana Farroupilha  
Semana da Brigada Militar  
Dia do Inativo  
Concurso de Monografia sobre a BM  
Exposições  
Solenidades Internas  
etc.

ENUMERE MAIS TRÊS EVENTOS ESPECIAIS

1. ....

2. ....

3. ....

### f. Instrumentos de Relações Públicas de Massa

São aqueles instrumentos utilizados para atingir um grande número de pessoas ao mesmo tempo. São eles: JORNAL, REVISTA, RÁDIO, CINEMA E TELEVISÃO.

#### JORNAL

Entre os instrumentos de comunicação de massa é o jornal o que exerce uma influência mais forte na formação de opiniões. Isto por levar as notícias a praticamente a todos os lugares. Atualmente, a sua leitura diária está tornando-se o hábito de um grande número de pessoas, pois, além de ser muito eficaz na divulgação de acontecimentos importantes, serve também para educar os diversos públicos que o lêem.

Seguidamente são realizadas reportagens a respeito dos serviços prestados pela Brigada Militar à Comunidade, proporcionando assim uma maior integração entre ambos.

O jornal tem um importante papel na formação e manutenção de uma imagem favorável da Corporação, pois esta, quase que diariamente, faz parte das notícias do setor policial.

É comum as OPM remeterem "releases" à imprensa local, contribuindo desta forma com a divulgação de acontecimentos importantes que interessam ao público em geral (Ex: troca de comando, comemorações cívicas, lançamento de campanhas especiais, etc.)

# Trabalho Exemplar

Constitui hoje objeto de pesquisas por parte de sociólogos, psicólogos e urbanistas a importância do lazer para o ser humano. Ninguém mais pode negar o quanto é importante para o homem um período de descanso, depois de um ano inteiro de trabalho. Para os gaúchos, a época preferida para as férias é justamente a que se situa nos meses de verão e a região mais procurada para o lazer é a do Litoral. E lá que centenas de milhares de pessoas buscam a renovação de energias e que, portanto, devem ter à disposição a infra-estrutura mais perfeita possível. E verdade que, nesse aspecto, ainda falta muito por fazer e as limitações para um período de férias verdadeiramente compensadoras são notórias. Um setor, porém, está indiscutivelmente acima de qualquer crítica que possa ser feita. Esse setor é precisamente o que trata com a segurança dos veranistas, a cargo da Brigada Militar e leva o nome de Operação Golfinho. Com efeito, o comportamento dos policiais no litoral gaúcho tem sido irrepreensível e é justo que se reconheça nesses homens que trabalham de forma incansável, para que a grande maioria possa ter momentos despreocupados de lazer, um incontestável avanço na organização das férias dos gaúchos. O fato prova, inclusive, que muito mais pode ser feito em outras áreas, bastando, para isso, que se trabalhe com a diligência e a boa vontade com que estão atuando os homens da Brigada Militar na denominada Operação Golfinho. Na verdade, ao agir desta forma, a Brigada Militar renova as tradições da Corporação, que está indissolavelmente ligada às tradições mais caras do Rio Grande do Sul republicano, ou seja, o perfeito entrosamento entre ela e a população, à qual está destinada a servir e a proteger. O exemplo da Brigada fica, portanto, como o coroamento de um propósito e de uma determinação que, colocados em prática, se comprovaram perfeitamente factíveis, mesmo levando-se em consideração o crescimento vertiginoso da população de veranistas nos últimos anos.

Desta forma, cabe à população beneficiada, à comunidade rio-grandense, retribuir, com a máxima compreensão e a mais decidida colaboração a este esforço notável que está realizando a Brigada Militar e seus integrantes da Operação Golfinho. Na medida em que houver esta integração, os frutos do trabalho, que já são muitos, poderão se multiplicar ainda mais. Afinal, o que se requer para uma melhor qualidade de vida é, também, as férias com o mínimo possível de preocupações. E nesse sentido, para quem quer que converse com alguém que se encontra no litoral do Rio Grande do Sul, verificará que há um consenso em torno do trabalho dos integrantes da Operação Golfinho. E um consenso plenamente favorável. Ao salientarmos esse aspecto, cumprimos também o nosso papel como imprensa livre, que não é apenas criticar o que está errado, como muitas vezes o fizemos em relação a própria Brigada Militar, mas também de pôr em destaque o que está certo e que, portanto, deve ser elogiado.

Editorial publicado na edição de 6-1-83 — pág. 4 do Jornal ZERO HORA, alusivo à Operação Golfinho/83.

## REVISTA

A **revista** também é outro importante instrumento de Relações Públicas, apresentando as seguintes vantagens em relação ao jornal:

- maior tempo de duração;
- melhor qualidade do papel empregado;
- melhor apresentação;
- etc.

Entre as vantagens apresentadas, destaca-se a sua capacidade de atingir quase todos os públicos, seja através das palavras impressas ou dos desenhos e fotografias que servem como ilustrações.

Por ser um instrumento que apresenta uma série de vantagens, principalmente de ordem técnica, os custos para a sua realização são bem mais elevados que os despendidos para a impressão de um jornal.

É bastante válido o uso deste instrumento na Corporação, principalmente para a realização de documentários, reportagens, etc., que registrem fatos importantes de sua vida.

## RÁDIO

O **Rádio** apresenta uma grande vantagem sobre os demais instrumentos, o de possuir um caráter mais pessoal, sugerindo, muitas vezes, um grande envolvimento emocional por parte do ouvinte. Talvez, por estas razões, seja o rádio o instrumento que mais contribui para a formação de opiniões, especialmente naquelas áreas onde é difícil o acesso de outros instrumentos.

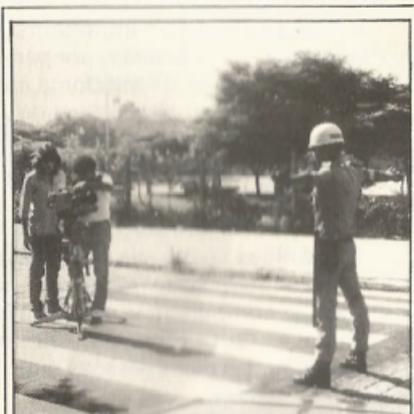
## CINEMA

A cinematografia representa hoje um dos instrumentos mais completos, possuindo, em virtude de seu caráter de entretenimento, uma grande penetração nos diversos públicos de nossa instituição.

Por possuir uma grande capacidade de divulgação, o cinema é bastante utilizado para divulgar idéias, apresentar sugestões, informar, formar opiniões a respeito de algo, etc.

## TELEVISÃO

A **televisão** apresenta a grande vantagem de levar ao lar, em um único instrumento, os benefícios fornecidos pelo rádio e o cinema. A **televisão** torna o espectador, testemunha de um fato ocorrido em qualquer parte da terra. As pessoas costumam dizer "eu vi na televisão", o que é, sem sombra de dúvida, um forte argumento quando se questiona a veracidade de um fato.



Flagrantes colhidos por ocasião das filmagens realizadas para divulgação da "Operação Volta à Escola/83". O filme foi veiculado nas TVs Gaúcha e Guaíba.

Seguidamente são realizadas filmagens nas ruas, com o objetivo de documentar algo importante que seja de interesse público. Foram inúmeras as oportunidades em que policiais-militares foram filmados em ação, sem que estes tivessem consciência disto.

## 4. OPINIÃO PÚBLICA

### a. Conceito

“É o consenso, mais ou menos generalizado, dos diversos grupos de uma comunidade local, regional, nacional ou internacional — em relação a determinados assuntos como idéias, situações, problemas ou acontecimentos que possam influenciar, positiva ou negativamente, os interesses comuns”.\*

### b. A Importância da OP para a Corporação

A Opinião Pública é importante porque mede, de forma igual, o maior ou menor grau de aceitação, por parte da comunidade, dos serviços prestados pela Corporação. É uma força atuante em todos os setores da comunidade, aprovando ou desaprovando, socialmente, a conduta dos componentes de uma instituição, sendo capaz, inclusive, de prejudicar a imagem desta perante o público.

### c. Importância do PM para a formação da OP

As opiniões favoráveis ou desfavoráveis formadas em torno da Brigada Militar dependem basicamente do desempenho de seus integrantes. Por isso, todos os componentes de nossa instituição são responsáveis pelas relações públicas da Corporação. Contudo, as funções mais importantes são aquelas exercidas pelas pessoas que lidam diretamente com o público.

**Quem de nossa organização mantém um maior número de contatos diretos com o público? Com quem é que o público se relaciona diretamente?**



CJ/CJ

(marque com um "X" a opção correta)

com o PM que está nas ruas

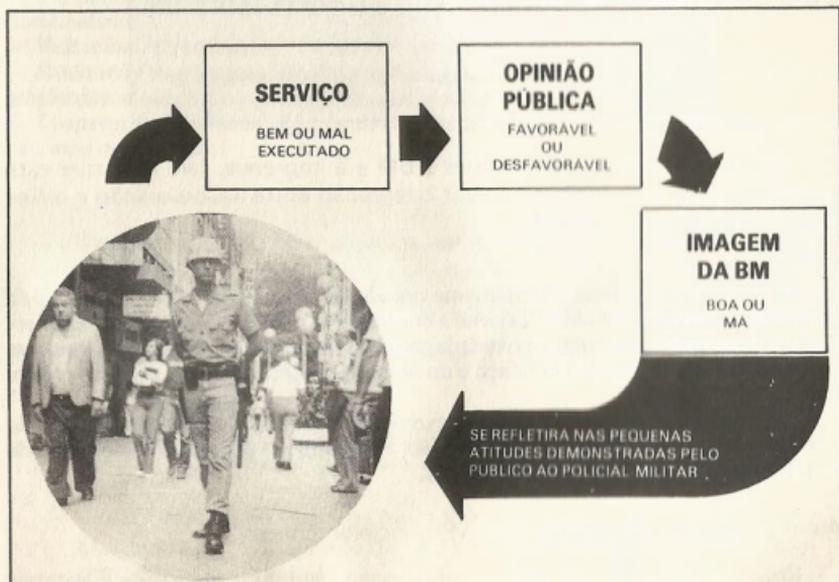
com todos os integrantes da Corporação

\*IGPM. Instruções Provisórias de Assuntos Cíveis para as PM e os CBM. 1980. S.N.T.

Por isso é que você, PM, é tão importante. No seu contato direto com o público, você perde sua identidade, passando a encarnar a própria instituição. É assim que as pessoas o vêem.

Além disso, é você que manterá a sua OPM constantemente informada de tudo o que ocorre em seu setor, possibilitando, desta maneira, que ela tenha um maior conhecimento das reais necessidades desta Comunidade.

Preste bem atenção ao quadro abaixo e você verá como a boa ou má imagem da Brigada Militar retorna a seus integrantes.

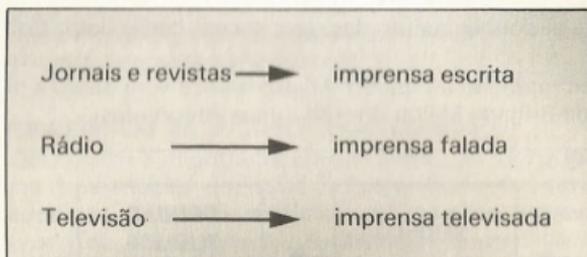


Não devemos medir esforços para que a nossa Corporação adquira, cada vez mais, a confiança da Comunidade Gaúcha, pois, na medida que esta confiança for aumentando

**a Brigada Militar,  
a comunidade  
e você**  
serão beneficiados.

#### d. Importância da imprensa na formação da OP

Entende-se por imprensa, todo e qualquer meio de difusão de informações jornalísticas por meio de veículos impressos (jornais e revistas) ou eletrônicos (rádio e televisão).



Um bom relacionamento entre a BM e a imprensa, fará com que esta contribua para uma melhor e maior integração entre a Corporação e a Comunidade sul-rio-grandense.

**As notícias favoráveis exercem uma grande influência positiva nos públicos da Corporação, levando o Público Externo a considerá-lo parte vital para o bem-estar social e o desenvolvimento da comunidade, motivando também o Público Interno com a certeza da aceitação, da confiança e do reconhecimento dos seus serviços prestados à comunidade.**

**Em contrapartida, as notícias desfavoráveis fazem da Corporação um alvo de críticas, concorrendo para reduzir a confiança e a simpatia popular, influenciando de forma negativa o moral do Público Interno.**

As relações com a imprensa visarão, principalmente a:

- Criar um clima de amizade e compreensão entre OPM e os profissionais de imprensa, visando uma cooperação mútua;
- Promover e incentivar a divulgação de notícias que engrandecem os serviços prestados pela Corporação;
- Estimular os contatos da imprensa com o meio brigadiano, explorando as oportunidades que se apresentarem (visitações ao quartel, comemorações cívicas, demonstrações, etc.);
- Prestigiar os integrantes da imprensa facilitando-lhes, o máximo possível, a realização de suas atividades profissionais.

#### e. Importância dos educadores e educandos na formação da OP

A aproximação da Brigada Militar com o público estudantil e seus educadores, principais responsáveis pela sua formação, concorre grandemente para

a obtenção e manutenção de uma imagem simpática à Corporação. Não podemos esquecer que, dessa aproximação, poderá resultar uma influência marcante e duradoura, o que para a instituição é altamente positivo. Os jovens estudantes de hoje serão os futuros líderes de amanhã.

**Existem inúmeras atividades que não só sensibilizam este público, como também o aproximam ainda mais da Corporação. Eis algumas dessas atividades:**

- Realização de palestras sobre trânsito, história da Corporação, etc.;
- Promoção de concurso de desenhos e redação, abordando o papel do PM junto à Comunidade;
- Visitações ao quartel;
- Realização de competições desportivas com objetivo de efetivar uma maior integração dos estudantes com o meio brigadiano;
- Cooperação na organização de atividades conjuntas, tais como: desfiles, ginças, atos cívicos, etc.

As OPM devem prestigiar àquelas pessoas que são sensíveis às causas brigadianas.

## 5. FATORES QUE INFLUENCIAM A OPINIÃO PÚBLICA

### a. Fatores Positivos

- Policiais-Militares bem preparados;
- Serenidade, firmeza, cortesia e educação no tratamento com o público;
- Cooperação obtida com os moradores do setor;
- Existência da mentalidade de que a Brigada Militar tem por missão proteger a Comunidade;
- Colaboração obtida com a imprensa;
- .....
- .....

### b. Fatores Negativos

- Policiais-Militares despreparados;
- Achar que servir ao público é um favor;
- Falta de controle emocional;
- Excesso ou falta de energia;
- Tratar os civis como "inimigos", indiscriminadamente, alimentando a separação entre brigadianos e paisanos;
- .....
- .....

## 6. PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA

### a. Conceito

“É um processo que mede a opinião de um público claramente definido a respeito de determinado assunto”.\*

### b. Objetivos de uma pesquisa de OP

Entre outros podemos enumerar os seguintes objetivos de uma pesquisa de OP:

- Avaliar o moral dos integrantes de uma OPM;
- Colher sugestões;
- Constatar qual a opinião dos diversos públicos em relação à Corporação;
- Verificar até que ponto o público está informado a respeito da instituição;
- Identificar as necessidades do Público Interno;
- .....
- .....

Para cada Pesquisa de Opinião Pública deve ficar estabelecido, em princípio, apenas um objetivo específico.

### c. Processos utilizados

Dois são os processos utilizados para se medir a OP:

O FORMAL e  
O INFORMAL

O primeiro é realizado através de entrevistas e questionários enquanto que o segundo, é realizado por meio de visitas, correspondência, conversas, etc.

O processo informal apresenta a vantagem de ser mais fácil e mais econômico.

### d. Campo de pesquisa

- Público Interno
- Público Externo
- Apenas um público específico
- Público Externo local
- Dois ou mais públicos

### e. Importância de uma pesquisa de opinião

A pesquisa de opinião é importante porque fornecerá ao Cmt da OPM o levantamento das providências a serem adotadas para corrigir uma falha ou distorção na sua política de RP em relação a seus públicos.

\*ESTADO-MAIOR DO EXERCITO. Relações Públicas. E.G.G.C.F., 1975. IP 45-1

## RESUMO III

### RELAÇÕES PÚBLICAS

**CONCEITO DE RP:** São os procedimentos efetuados para melhorar ou manter o conceito de uma determinada pessoa ou instituição junto às demais. Objetivam alcançar a compreensão, a amizade e a colaboração do público em geral, criando assim condições favoráveis à execução do serviço.

**CONCEITO DE PÚBLICO:** É o grupo de pessoas cujos interesses comuns são atingidos pela nossa instituição e, cujos atos, afetam diretamente ou indiretamente os interesses de nossa organização.

#### TIPOS DE PÚBLICO

- Público Interno
- Público Externo
- Cada um deles é constituído por
- Públicos específicos

#### INSTRUMENTOS DE RP

- Individuais (a fala, a escrita, a conduta do PM)
- Na Corporação (palestras, telefone, correspondência, eventos especiais)
- De massa (jornal, revista, rádio, cinema e televisão)

**CONDUTA DO PM:** É um dos principais instrumentos de RP com que conta a Corporação. É através dela que o público constatará se a tropa está ou não bem preparada, se existe ou não a mentalidade de que nossa missão é proteger e garantir os direitos dos cidadãos.

#### COMPORTEAMENTOS QUE O PM DEVE TER QUANDO DE SERVIÇO

- Demonstrar boa educação;
- Tratar as pessoas com atenção e polidez;
- Ajudar as pessoas;
- Conhecer ao máximo o serviço a ser executado;
- Cuidar da aparência;
- Evitar os atos de violência;
- Ter iniciativa;
- Dar sempre bom exemplo;
- Ser imparcial e impessoal no atendimento de ocorrências.
- Etc.

**OPINIÃO PÚBLICA:** “É o consenso, mais ou menos generalizado, dos diversos grupos de uma comunidade — local, regional, nacional ou internacional — em relação a determinados assuntos como idéias, situações, problemas ou acontecimentos que possam influenciar, positiva ou negativamente, os interesses comuns”.

**IMPORTÂNCIA DA OP:** A OP mede, de forma igual, o maior ou menor grau de aceitação, por parte da comunidade, dos serviços prestados pela Corporação.

**IMPORTÂNCIA DO PM NA FORMAÇÃO DA OP:** Lida diretamente com as pessoas, sendo por isso o principal representante da Corporação. Neste contato direto com as pessoas, o PM perde sua identidade, passando a encarar a própria instituição.

## Bibliografia

- ÁVILA, Fernando Bastos. **Pequena Enciclopédia de Moral e Civismo**, 3.ed., Rio de Janeiro, FENAME, 1978.
- BRASIL. Secretaria do Planejamento — Secretaria de Modernização e Reforma Administrativa. **Atendimento novo, vida nova!** — 2 ed.,
- BRIGADA MILITAR. Nota de Instrução n.º 002-PM5. Porto Alegre, 1978.
- CANFIELD, Bertrand R. **Relações Públicas. Princípios, Casos e Problemas**. 2. ed., Vol 1, São Paulo, Pioneira, 1970.
- ESTADO-MAIOR DO EXÉRCITO. **Relações Públicas**, EGGCF, 1975. IP45-1.
- IPONEMA, Luiz. **Manual de Instrução Policial para Destacamentos**. 2. ed., RS, Sulina, 1965.
- IGPM. **Manual Básico de Policiamento Ostensivo**. s.n.t.
- IGPM. **Instruções Provisórias de Assuntos Cívicos, para as PM e os CBM**. 1980, s.n.t.
- MAGALHÃES, Celso. **Relações Públicas e Humanas**. 3. ed., Rio de Janeiro, IBGE.
- MINICUCCI, Agostinho. **Relações Humanas. Psicologia das Relações Interpessoais** 3. ed., São Paulo, Atlas, 1982.
- PENTEADO, J. R. Whitaker. **Relações Públicas nas Empresas Modernas**. 2. ed., São Paulo, Pioneira, 1978.
- PENTEADO, J. R. Whitaker. **A Técnica da Comunicação Humana**. 8. ed., São Paulo Pioneira, 1982.
- RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro, Codecri, 1978.
- VINADÉ, G. A. Mesquita. **O Que são Relações Públicas? Quem Faz? Como Fazer?**. Vol. I, RS, Brigada Militar, 1982.
- WEIL, Pierre. **Relações Humanas na Família e no Trabalho**. 29. ed., Rio de Janeiro, Vozes, 1975.
- WEIL, Pierre. **O Corpo Fala**. 5. ed., Rio de Janeiro, Vozes, 1975.

## AOS LEITORES DESTE MANUAL

O verso desta folha consta de uma ficha de avaliação, que tem por objetivo colher informações sobre o trabalho apresentado a você. Solicito que ela seja preenchida e remetida ao endereço abaixo especificado. Através dela tomarei conhecimento de sua opinião sobre a obra, inclusive, de suas sugestões para uma reedição.

Certo de contar com sua inestimável colaboração, antecipo os meus agradecimentos.

Atenciosamente,

O autor

Remeta as suas sugestões para o autor no seguinte endereço:

Ao

1º Ten PM GELSON AIRTON MESQUITA VINADÉ  
RUA OSCAR SCHNEIDER, 219  
BAIRRO MEDIANEIRA  
PORTO ALEGRE — RS



9 0 0 0 0

Obs: Não se esqueça de colocar o seu endereço.



## **OUTROS AUTORES BRIGADIANOS**

**LUDWIG, Roberto. Noções de Topografia Militar**

**MARIANTE, Helio Moro. Crônica da Brigada Militar Gaúcha**

**RETAMOZO, José Hilário. 1ª Antologia de Poetas Brigadianos**

**SANTELLANO, Jones. O IPM visto por um advogado**

**SILVA, Antônio Silveira da. A Brigada Militar pelos caminhos do Rio Grande**