

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO
PROGRAMA DE ESPECIALIZAÇÃO EM SEGURANÇA PÚBLICA E
JUSTIÇA CRIMINAL

A ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA POLÍCIA CIVIL
DE MINAS GERAIS NA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES
DE INTERESSE INSTITUCIONAL.

Luiz Josué de Paula Neto

BELO HORIZONTE

2014

Luiz Josué de Paula Neto

A ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA POLÍCIA CIVIL
DE MINAS GERAIS NA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES
DE INTERESSE INSTITUCIONAL.

Monografia apresentada como requisito parcial de conclusão do curso de Especialização em Segurança Pública e Justiça Criminal, sob a orientação da Professora Simone Dufloth.

BELO HORIZONTE

2014

Luiz Josué de Paula Neto

A ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA POLÍCIA CIVIL
DE MINAS GERAIS NA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES
DE INTERESSE INSTITUCIONAL.

BANCA EXAMINADORA

ANDREIA DOS SANTOS

BELO HORIZONTE

2014

AGRADECIMENTOS

Sem dúvida agradeço primeiramente a Deus, e a Jesus Cristo nosso salvador! Agradeço à Professora Simone Dufloth por seu profissionalismo e empenho com vigor, sabedoria e dedicação em toda a produção desta monografia. Sem palavras para como conduziu esta produção que mediou esforço trabalho e muita dedicação no método de ensino.

Devo agradecer muito aos funcionários da Fundação João Pinheiro, que foram a energia de estudos que faltava para a o fim de uma jornada de trabalho. A oportunidade deste curso foi sem dúvida impagável e sem igual obrigado a todos os professores.

Agradeço a Polícia Civil de Minas Gerais por ter cedido informações para a produção desta monografia, assim como a assessoria de comunicação que foi o alicerce para desbravar as informações aqui mencionadas .

Agradeço a todos meus amigos de profissão, e também aos novos amigos de turma Policiais Militares, Guardas Municipais, Policiais Civis com quem mantenho vínculo agora profissional, e sem dúvida de forte amizade.

Agradeço minha irmã Cassiana Maria de Paula, pela força, carinho e coragem em forma de mulher. Arthur Azevedo por sempre estar ao seu lado com motivação e ternura. A minha noiva Patricia Teixeira Alves, por amor, e incentivo para sempre estudar e manter o foco nos estudos e nossa vida.

Por fim, agradeço meus pais Rômulo Luiz de Paula e Leila Maria de Paula, que eu amo muito, por ter mostrado que a vida é feita com objetivos certos, que você nunca deve deixar de fazer algo bem feito, nunca cair ao chão e se por ventura se abalar, firmes-se e olhe adiante que a glória sempre estará a sua frente com muita fé.

“O entusiasmo é a maior força da alma. Conserva-o e nunca te faltará poder para conseguires o que desejas.” *Napoleão Bonaparte*

RESUMO

Este objeto de pesquisa destinasse a analisar a comunicação social no contexto da assessoria de comunicação da Polícia Civil de Minas Gerais. O meio da interação de informações trabalhado de forma adequada e profissionalmente auxilia no desenvolvimento dos objetivos da PCMG. Através desta ideia na área de segurança pública a Polícia Civil de Minas Gerais tem como a comunicação social o meio norteador de planejamento, acompanhamento, e também controle de suas ações e gestões. A Polícia Civil de Minas Gerais em sua essência tem como atividade ser a polícia judiciária, cumprindo determinações emanadas do poder judiciário, realizando a apuração das infrações penais, que não sejam as militares e aquelas não tenham sido cometidas contra interesses da União. A comunicação social além de fazer a atividade institucional do órgão divulga as ações através dos meios midiáticos. O escopo desta área de atuação apresenta desta forma suas missões, valores e resultados associando a segurança pública e justiça Criminal. Nesta delimitação o estudo da comunicação social tenderá analisar a política de comunicação adotada pela Polícia Civil de Minas Gerais, através da análise da atuação da assessoria de comunicação na divulgação de informações de interesse institucional.

PALAVRAS-CHAVE:

Comunicação Social– Segurança Pública - Polícia Civil de Minas Gerais – Assessoria de Comunicação

ABSTRACT

This research object destined to analyze the media in the context of the spokesperson for the Civil Police of Minas Gerais. The means of the interaction of information worked properly and professionally assists in the development of goals PCMG. With this idea in the area of public safety the Civil Police of Minas Gerais has the media as a means of guiding the planning, monitoring, and also control their actions and efforts. The Civil Police of Minas Gerais in its essence is engaged in a judicial police, fulfilling determinations emanating from the judiciary, making the investigation of criminal offenses, which are not military and those have not been committed against the interests of the Union. The media besides making the internal communication of the agency discloses the actions through media means. The scope of this practice area presents this way their mission, values and results involving public safety and criminal justice. In this study the definition of the media tend to analyze the communication policy adopted by the Civil Police of Minas Gerais, through the analysis of the performance of the press office on disclosure of institutional interest.

KEYWORDS:

Public Security – Social Communication - Police Civil of Minas Gerais - Advice of Communications

LISTA DE ABREVIATURAS

Ascom – Assessoria de Comunicação

CPB – Código Penal Brasileiro

CPP – Código de Processo Penal

Detran - Departamento de Trânsito de Minas Gerais

DHPP - Departamento de Investigação de Homicídios e Proteção à Pessoa

DPVAT – Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores de Via Terrestre

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas

PCMG – Polícia Civil de Minas Gerais

SUMÁRIO:

Capítulo 1 – INTRODUÇÃO	10
Capítulo 2 – METODOLOGIA	12
Capítulo 3 – ELEMENTOS E PERSPECTIVAS DA COMUNICAÇÃO	15
3.1 A comunicação social	16
3.2 Ruídos na comunicação social	17
3.2.1 A comunicação de massa e os ruídos	18
3.3. Comunicação Pública - conceitos e importância	19
3.3.1. Abrangência e a função da comunicação pública	21
3.4. Comunicação Institucional	22
Capítulo 4 – ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO: CONCEITOS E FUNCIONAMENTO	30
4.1 As ferramentas de assessoria de comunicação	33
Capítulo 5 - COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NA POLÍCIA CIVIL DE MINAS GERAIS ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO	35
5.1. SIGILO DAS INVESTIGAÇÕES CRIMINAIS orientados a Assessoria de Comunicação	46
Capítulo – 6. O FUNCIONAMENTO DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA PCMG: apresentação e análise dos resultados da pesquisa.	50
Capítulo – 7. CONCLUSÃO	57
Capítulo – 8. REFERÊNCIAS	60

Anexos

Resolução número 7.520, de 15 de maio de 2013.

Entrevista

1. INTRODUÇÃO

Com o desenvolvimento da tecnologia, para sociedade os acessos aos meios midiáticos estão cada vez mais próximos e comuns. As chances do indivíduo conhecer o verdadeiro fundamento, a transparência de uma organização através da comunicação social, e seus canais que geram credibilidade e discricionariedade no fortalecimento, outorgam formações de opiniões para sociedade.

A comunicação social injeta conteúdos direta ou indiretamente, no cotidiano das pessoas. A forma direta são sujeitos que acompanham os canais de comunicação como: jornais, revistas, rádio, televisão, internet. A forma indireta é a comunicação entre os indivíduos, que após absorverem determinado conteúdo disponibilizado na mídia formam sua própria opinião e interpretaram o conteúdo retransmitindo informações em discussões e debates na sociedade.

O tema a ser discutido envolve segurança pública e comunicação social. Este estudo visa argumentar como as fontes de comunicação social exercem o seu papel em uma instituição de segurança pública, sendo o objeto Polícia Civil de Minas Gerais. A monografia procurou identificar e analisar as principais formas da participação da Assessoria de Comunicação na Polícia Civil de Minas Gerais na difusão de informações.

O objetivo desta monografia é ampliar o conhecimento sobre a função da assessoria de comunicação na estrutura de Segurança Pública da Polícia Civil de Minas Gerais e entender as atividades da assessoria de comunicação, seu funcionamento, estrutura, regimento de lei.

Busca-se com o presente estudo responder o seguinte problema de pesquisa:
Como a assessoria de comunicação pode exercer o papel de norteadora de orientações institucionais que atendem às necessidades de informações destinadas ao emprego de decisões no âmbito da Polícia Civil de Minas Gerais?

A estrutura da monografia foi formulada em oito capítulos que abordaram como tópicos principais os elementos e perspectiva da comunicação, as assessorias de comunicação seus conceitos e configurações de funcionamento, a comunicação institucional na Polícia Civil de Minas Gerais e o papel da Assessoria de Comunicação da PCMG. A seguir são apresentados os aspectos metodológicos utilizados na pesquisa e posteriormente abre-se a discussão sobre as principais abordagens teóricas e a apresentação dos resultados da pesquisa aplicada à Assessoria de Comunicação da PCMG e conclusões.

2. METODOLOGIA

A análise será a abordagem da aproximação do conteúdo de comunicação social voltado à segurança pública, com ênfase na assessoria de comunicação da Polícia Civil de Minas Gerais. Na forma exploratória pretende-se estudar o problema a fim de se compreender as ações da comunicação social na própria instituição.

No que tange a metodologia de pesquisa foi definida sendo de caráter exploratório, com foco nos objetivos definidos. Foi desenvolvida pesquisa bibliográfica e documental a fim de serem caracterizados os principais conceitos aplicados à temática da comunicação social e das atividades do serviço da Instituição de segurança pública. A formulação da monografia concebida através de observação direta, tornando-se observador e participante, além do roteiro de entrevista

Nesta abordagem de estudo de comunicação social distende a analisar as formas de comunicações adotadas pela Polícia Civil de Minas Gerais, ao que relaciona a definição da conduta (características, objetivos e propostas). As leituras sobre a atuação das áreas de assessoria de comunicação, na participação das atividades da instituição.

Esta perspectiva de difusão oferece o acesso às diretrizes e fundamentos de comunicação social, delineamento na modalidade explicativa buscando identificação dos fatores que determinam ou que contribuem para as atividades policiais e suas explorações nos órgãos responsáveis, assessoria de comunicação.

Pretende-se estudar o problema de forma mais precisa, podendo compreender a formulação quanto aos objetivos da comunicação social da PCMG. Analisar o seu papel de divulgação de resultados de investigações e suas atividades cotidianas.

Em uma primeira observação será feito levantamento através de visitas técnicas, reuniões com os responsáveis e participação ativa no dia a dia de trabalho da Ascom (Assessoria de Comunicação da Polícia Civil de Minas Gerais), para compreender exatamente como esta temática vem sendo tratada nas políticas de comunicação social da polícia Civil. Os estudos terão também base documental, de como a didática apresentada pode fortalecer no trabalho, dia a dia do servidor, e nas divulgações de conteúdos midiáticos que podem ser colhidas na própria assessoria de comunicação da polícia civil.

Os levantamentos e ações vão abranger a consulta do acervo dos meios de comunicação de Minas Gerais, e também aos manuais da própria Polícia Civil de Minas Gerais, Lei Orgânica. A temática será explorada por meios de uma linguagem, escrita de forma a facilitar a compreensão do conteúdo proposto.

A técnica de observação pessoal ou direta do pesquisador foi feita de forma plena para que os relatos e ressalvas dos textos surjam claramente para que o leitor entenda que foram utilizadas entrevistas, observações pessoais e sistêmicas em conjunto com a forma de trabalho da Assessoria de Comunicação da Polícia Civil de Minas Gerais.

Além disso, serão utilizadas pesquisas bibliográficas, que trata o tema, junto a normas, regras e autores para gerar credibilidade ao conteúdo proposto. Partindo da averiguação as tendências pelo posicionamento ético dos profissionais. Estas experiências serão abordadas com metodologia e referências (Lopes, Norberto; Filgueiras, Davenport, Thomas H.; Beal, GIL, Antônio Carlos; KUNSCH, Margarida Maria K dentre outros).

O procedimento atenderá predominante na abordagem qualitativa e reflexiva. Análise das atuações do assessor de comunicação referente às necessidades da instituição. A realidade dos objetivos da Polícia Civil de Minas Gerais através de levantamentos do próprio órgão específico. Averiguar as tendências pelo posicionamento ético dos profissionais.

Análise da postura do corpo empregatício e os níveis de formação de coeficiente justificando a transparência para ministrar e ampliar a área de comunicação social da instituição. As razões das escolhas desta monografia é aproximar as atividades da assessoria de comunicação a um estudo formal formalizando um acervo de informações contundentes que caracterizem de forma real os padrões e necessidades conjuntas de informações precisas e específicas sobre o próprio órgão. Os dados indicados baseados através da questão metodologia e bibliográficas.

Assim este estudo vem apresentar o funcionamento e participação da Assessoria de Comunicação da Polícia Civil de Minas Gerais, em conjunto com as necessidades da instituição a que pertence e o perfil das atividades exercidas pelos assessores, mostrando como funciona o fluxo da divulgação das informações passando pela assessoria.

Reforçando o caráter exploratório o estudo procurou identificar as atividades da Assessoria de Comunicação da Polícia Civil de Minas Gerais. De forma técnica utilizou a faceta documental, recorrendo a livros com teorias de comunicação e resolução das atividades exercida pela própria assessoria da instituição.

Com sentido de esclarecimento os estudos atravessaram desde o início das perspectivas da comunicação, com estudos sobre linguagem, e estruturas de comunicação de massa, comunicação institucional, assessorias de comunicação e seus conceitos a conjectura das atividades e funcionamento da comunicação institucional da Polícia Civil de Minas Gerais.

3. ELEMENTOS E PERSPECTIVAS DA COMUNICAÇÃO

A invenção da linguagem é propriedade do homem. Um fator de evolução que sobrepõe a nítida diferença entre a comunicação do ser humano e a dos animais. As experiências individuais dos seres vivos são obtidas ao longo da vida, com suas ações, porém suas histórias podem ser totalmente perdidas com o seu perecimento e principalmente por mera falta do registro comunicacional.

O início das relações sociais começaram através de gestos e sons emitidos que não eram definidos como palavras. A fala em si só foi iniciada a milhares de anos quando com a evolução da espécie humana os primórdios passaram a formar alguns sons ainda indefinidos, porém semelhantes a palavras. Com o aumento da população humana e o conseqüente crescimento dos grupos de pessoas vivendo em um mesmo local, a comunicação entre elas foi se aprimorando, evoluindo até surgir à forma escrita, que inicialmente era feita através de símbolos com significados específicos e desenhados em rochas ou pedras.

Atualmente pode-se observar o elo deste constante uso das comunicações na sociedade. A utilização das informações assume importância imensurável, muitas das vezes, tentando atender um público e seus interesses diante dos fatos. A de se ressaltar que informações divulgadas são interpretadas e analisadas por seus receptores transformando-se em conhecimento sendo importante aliada ao desenvolvimento humano.

“[...] A informação é uma matéria-prima que o conhecimento deve dominar e integrar; o conhecimento deve ser permanente revisitado e revisado pelo pensamento e o pensamento é, mais do que nunca, o capital mais precioso para o indivíduo e a sociedade.” (MORINI, 2002, p.20).

3.1 A comunicação social

Na valorização do modo de divulgações das informações e do seu emprego técnico emergem estudos sobre a comunicação social. A comunicação social é um dos meios de interação mais importantes existentes hoje. Quando se pensa em comunicação, logo se relaciona esse conceito ao diálogo.

Comunicação é uma palavra derivada do latim "comunicare" que se refere a partilhar, participar dividir, tornar algo comum a todos. Já a palavra social faz referência à sociedade, a grupos de indivíduos, logo podemos encontrar alguma semelhança destas definições com o objetivo da comunicação social que é o estudo dos meios de comunicação comuns, que proporcionam a troca de informações. (DUARTE, 2002).

A comunicação social consiste em uma permuta, é através dela que as mais eficazes trocas de informações e conteúdos se estabelecem. Além disso, serve como um meio educativo por influenciar de forma ativa na formação de opiniões e conceitos morais, éticos e culturais dos indivíduos.

Saber utilizar e aproveitar as informações que os meios de comunicação oferecem é tão importante quanto saber comunicar-se bem, saber expressar suas opiniões e repassar seus conhecimentos. O ato de se comunicar envolve a transmissão e a recepção de informações e ajuda a aprender ao mesmo tempo em que ensina e conscientiza.

Os estudos sobre a comunicação social ganhou espaço quando órgãos e organizações observaram que as trocas de informações e os meios utilizados para isso estavam em grande crescimento e desenvolvimento despertando a necessidade de aperfeiçoar os meios de comunicação existentes. A exploração de temas atuais e contemporâneos através da mídia gera a facilidade de acesso às informações, uma vez

que no meio da comunicação social existem diversidades em linguagens como verbal escrita: livros, cartazes, outdoors, jornais, cartas, email, Internet. E verbal oral: radio, telefone, televisão, conferencias e também internet.

O ciclo completo da comunicação social ocorre através do emissor, meio e receptor. O papel do emissor é produzir informações entendíveis e de conteúdo. O meio é a forma como essas mensagens serão divulgadas sendo por sinais escritos, imagens ou áudios. O receptor é parte final aquele que recebe as informações, compreendendo e até mesmo a interpretando. (CARVALHO, 1995)

3.2. Ruídos na comunicação social

Ruídos podem dificultar a absorção de qualquer conteúdo pragmático que tenha função de emissão ou recepção. Pode ser considerado ruído qualquer interferência na comunicação que provoque erro, sendo ele algum tipo distúrbio ou deformação da veracidade na comunicação de uma mensagem. (GIL, 1994)

Todo conteúdo produzido pela comunicação social pode apresentar ruídos. É nítido que o papel da comunicação é enviar informações ao receptor, porém os ruídos são observados com transtornos para o processo de difusão de mensagens. Segundo Gil (1994), os ruídos podem ser observados nas seguintes formas: semântico, físico, psicológico, e fisiológico.

O ruído semântico surge quando uma mensagem é observada com significação distinta. Esse fator comumente ocorre com problemas de regionalizações, em que palavras análogas estabelecem sentidos diferentes tendo em vista a cultura e forma de linguagem. A possibilidade deste ruído também ocorre com uso de jargões técnicos que

utilizados formalmente sem os devidos cuidados dificultam o entendimento. (GIL, 1994)

O ruído físico tem procedências externas, sons que são distorcidos ou inaudíveis, escritas ilegíveis que impossibilitam a leitura, transmissões de imagens com deformações que dificultam o entendimento do que esta sendo divulgado. (GIL, 1994)

O ruído psicológico é observado com os possíveis devaneios que o receptor pode ter durante o recebimento da mensagem, tomando atenção para outros fatores particulares perdendo os conteúdos das informações. (GIL, 1994)

O ruído fisiológico é aquele que impede o recebimento da mensagem por uma completa ou momentânea perda das cognições físicas humanas podendo ser por motivos de visão ou audição. (GIL, 1994)

Observando linguagem como um processo, ruído é tudo aquilo que pode destoar no contexto da comunicação como informação. Podendo ocorrer dificuldades em seu entendimento tendo em vista extensão de conteúdos aleatórios, concorrentes, sem um caminho linear de palavra, que atrapalha ou altera a mensagem em qualquer fase do processo. (KOTLER,2000)

3.2.1 A comunicação de massa e os ruídos

A comunicação de massa é a expansão dos conteúdos informativos sendo eles desenvolvidos por meios impressos, televisivos, radiofônicos, internet. A mídia estabelece a conexão de conteúdo informacional contíguo à sociedade. Para isso formaliza o uso da comunicação social que compreende o enredo e estilo da reflexão de teorias baseadas na filosofia, sociologia, antropologia, ciência política e história. (LEMOS,20-?)

No âmbito das teorias da comunicação a teoria hipodérmica tem relação com a comunicação em massa. Esta teoria busca definir como a comunicação pode influenciar no comportamento do público alvo. A partir desta definição estratégica de comunicação ela pode ser capaz de produzir conteúdo amplo que atinja um determinado público causando a mesma reação em todos os receptores deste grupo. (CARVALHO, 2011)

A teoria hipodérmica baseasse nos conhecimentos do Behaviorismo que estuda o comportamento psicológico dos indivíduos. Esta teoria foi uma das primeiras a surgir na comunicação social, desde o período entre guerras onde os meios de comunicação foram muito explorados. A comunicação em massa foi muito estudada para que pudesse ser utilizada como forma de influenciar diretamente as opiniões da população. Segundo Lasswell (1971) a influencia da comunicação social é eficaz na adesão das ideologias de massa.

Pode-se dizer que a teoria hipodérmica também conhecida como teoria da bala mágica define que as informações disponibilizadas nos sistemas midiáticos atingem a toda a população como se fossem balas mágicas de forma a injetar o conteúdo nas pessoas de forma igual para todos. (SCOLARI, 2013)

A aplicabilidade desta teoria apesar de defasada por tratar a população como igual sem considerar as diferenças culturais, etárias, gênero, classe social dos indivíduos, é de grande importância dentro das organizações no intuito de lançar conteúdos institucionais e gerar um marketing que atinja a toda a população por igual. Esta ferramenta ainda lança ideias aos funcionários que motivados de maneira igual podem aumentar a produtividade valorizando a instituição. (PORTO, 20-?)

3.3. Comunicação Pública - conceitos e importância

Comunicar é interagir receber e enviar informações, de maneira variada, considerando os diversos modelos de comunicação expostos ao longo da história por diferentes autores. O ato da comunicação é, em si, a transmissão de informação gerada a partir de uma fonte, direcionada a um receptor, que irá reagir de modo específico à chegada dessa informação.

A história da comunicação se mescla com a história da própria humanidade, já que a possibilidade de se comunicar entre seus semelhantes de forma lógica proporcionou ao homem a capacidade de se organizar e, conseqüentemente, se desenvolver.

O termo comunicação pode ser usado de infinitas formas, tanto para descrever o conjunto dos conhecimentos relacionados aos seus processos como para delinear a atividade profissional voltada para a utilização desses conhecimentos.

O processo comunicativo presume, que a segmentação da comunicação, a produção publicitária, os meios de comunicação de massa e mesmo as ações de assessorias de comunicação refletem, enfim, prismas de ação do processo comunicativo sob diferentes ângulos. (COSTA, 2011)

O desenvolvimento tecnológico, o código da comunicação pública, assessoria de comunicação, e a atuação dos movimentos sociais, geraram uma necessidade de informação e tratamento justo nas relações estabelecidas entre cidadão, Estado e instituições.

A necessidade apontava para uma maneira dos indivíduos terem uma ferramenta básica para o exercício da cidadania, seria este o conhecimento e o acesso à informação, que lhes permitiriam formar opiniões e interferir diretamente nas políticas públicas além exigir o cumprimento da responsabilidade dos entes competentes na realização de ações públicas.

Nesta conjuntura específica de necessidades e interesses da sociedade atual, que surge o conceito de comunicação pública. Ela trata do compartilhamento, negociação, conflitos e acordos na busca do atendimento de interesses referentes a temas de relevância coletiva. (DUARTE, 2014)

A comunicação pública ocupa da viabilização do direito social, ou seja, é um conceito surgido da necessidade contemporânea de dar satisfações a sociedade a respeito de temas cujo interesse abrange a coletividade.

O conceito de comunicação pública, esta intrínseco ao termo interesse público como estando apresentado de maneira indissociável do primeiro. Tendo a própria Constituição Federal de 1988 em seu Art. 5º, IV, XIV, como um dos direitos inalienáveis do cidadão o acesso deste à informação e à livre manifestação do pensamento:

“Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

“XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional.” (BRASIL, 1988)

A comunicação pública é um segmento que atua sob diferentes instâncias, apoiada em instrumentos distintos e usando diversas estratégias, tem como principal contribuição a relação dialógica a ser desenvolvida entre cidadão e Estado, na tentativa de estabelecer vínculos entre eles.

3.3.1. Abrangência e a função da comunicação pública

A comunicação pública ocupa da viabilização do direito social coletivo e individual ao diálogo, à informação e expressão. Fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã na comunicação envolvendo temas de interesse coletivo.

A comunicação pública diz respeito à interação e ao fluxo de informação relacionado a temas de interesse coletivo. O campo inclui tudo que diga respeito ao estado, partidos políticos, terceiro setor às ações governamentais, e raramente as ações privadas.

A existência de recursos públicos ou interesse público caracteriza a necessidade de se existir a comunicação pública que engloba comunicação organizacional, a comunicação científica, a comunicação do Estado governamental, a comunicação política e a comunicação da sociedade civil organizada.

Para compreender a comunicação organizacional como comunicação pública é preciso conceber as organizações, seja elas públicas ou privadas. A comunicação pública identificada como comunicação do Estado e/ou governamental deve ser entendida como a forma de um governo prestar contas de suas ações para a população. A comunicação trata do discurso e ação de governos, partidos e seus agentes na conquista da opinião pública em relação à ideias ou atividades que tenham a ver com poder político. (DUARTE, 2014)

A comunicação pública identificada como estratégias de comunicação da sociedade civil trata-se de uma análise da ação populacional. É importante ressaltar que estas áreas de atuação não limitam a comunicação pública sendo esta muito mais abrangente por ser legitimada pelo interesse geral da sociedade, situada no espaço público. Em vista que os interesses mudam a cada momento a cada novo governo a cada evolução, assim, pode compreender que a comunicação pública não é feita somente pelo governo e pelas áreas ligadas ao setor público à comunicação pública acontece em todos os lugares e pode ser realizada por todos.

3.4. Comunicação Institucional

Para que a informação seja compreendida dentro das organizações, é necessária a existência de um serviço de comunicação interna. A comunicação interna destina-se a estabelecer uma melhora nos relacionamentos da instituição agregando os objetivos propostos. Na comunicação institucional de uma organização, procura-se o equilíbrio entre instituição e o interesse de seu público. (MELO,2006)

A instituição que preocupa em ter sua imagem resguardada zela por comunicação coerente com princípios e uniformidade. Os princípios vislumbram as atividades específicas que são dispostas pela instituição. As formas claras objetivas dos princípios devem orientar as ações institucionais de comunicação. A comunicação interna traça estratégias de suas obras, buscando consolidar seus projetos divulgando a outras organizações e cidadãos.

A comunicação social possui vertentes e uma delas é a institucional que tem como referencia o conhecimento das estruturas interna e externa das instituições, através de planejamentos, gerenciamento e tecnologias. Elaborando políticas de comunicação e interagindo junto ao publico através das diversas mídias. A comunicação institucional tem como finalidade conquistar credibilidade do público interno e externo na organização de interesses, responsável por expandir sua filosofia, visão e valores. (KUNSCH, 2003).

De acordo com Kunsch (2003, p.164), a comunicação institucional:

“[...] está intrinsecamente ligada aos aspectos corporativos institucionais que explicitam o lado público das organizações, constrói uma personalidade creditiva organizacional e tem como proposta básica a influência político-social na sociedade onde está inserta.”

Atualmente a comunicação não esta centrada apenas em indicadores e produtos, tornou uma forma de trazer junto ao publico uma visão ampla com a missão de impactar

sua consciência. Formando assim uma imagem forte e positiva, dando maior credibilidade ao emissor do discurso. (LODI, 2011)

Para desenvolver uma política de comunicação institucional, eficiente e efetiva é fundamental a integração entre as diversas áreas da instituição. A articulação destes setores possibilita a produção de estratégias de comunicação com uso combinado de diversas mídias.

De acordo com Torquato do Rego (*apud* KUNSCH, 2003, p. 164)

“[...] A comunicação institucional objetiva conquistar simpatia, credibilidade em confiança, realizando como meta finalista, a influência político-social; utiliza para tanto, estratégias de Relações Públicas, tanto no campo empresarial como no governamental, de comunicação, publicidade, até as praticas e técnicas do lobby.”

Outro interesse na formulação da comunicação interna de uma instituição, com divulgações de amplos conteúdos é atrair o interesse de diversos públicos auxiliando na disseminação das ações e políticas internas da organização. Segundo Novelli (2006), este tipo de comunicação se envolve mais com a promoção da cidadania e da participação do que com a divulgação institucional. Mesmo assim, o uso da divulgação institucional, através das ferramentas e dispositivos competentes, faz parte do processo.

A comunicação organizacional ou empresarial tem como foco principal conhecer a organização e entender os seus propósitos, visa passar informações, divulgar tomada de decisões, além de atender a necessidades de comunicar-se com todos os públicos para poder ser mais competitiva, enfrentar as diversidades e sobreviver às novas exigências de mercado. (ANTÔNIO, 2011)

Quando há falhas na comunicação interna de uma organização é possível observar consequências desagradáveis, como desorganização, descrédito, falta de

transparencia, desperdícios, desagregamento de funcionários, em casos mais extremos falência do negócio e crise. (JACOMINI, 2011)

A comunicação quando é mal administrada no ramo empresarial ou institucional, gera ruído, insegurança, desmotivação e falta de comprometimento dos clientes e funcionários. Desenvolver relacionamentos que integram e coordenam todas as partes é fundamental para o sucesso e crescimento de uma organização.

Na atual era da informação, a comunicação organizacional busca preencher lacunas existentes no contexto empresarial, fazendo uma ponte de ligação entre o ambiente interno da organização e o externo, com uma troca de informações mútua que beneficia o desenvolvimento e adaptação do marketing da organização, visto como um reforço para a economia o marketing é uma atividade de vendas que atende compradores e vendedores envolvidos nas transações empresariais. (COSTA,2012)

Portanto observa-se que a comunicação é de extrema importância dentro da organização, como estratégia de vantagem competitiva através de suas ferramentas, e poder de persuasão, podendo trabalhar a imagem da organização interna e externamente.

A comunicação interna é o ponto de partida para o alinhamento de uma organização, para que a comunicação interna aconteça, é necessário que esta ferramenta atinja todo o público interno, para isso é fundamental que se transmita as informações da forma mais clara possível para o entendimento correto de todos os níveis da organização.

Torquato (2004) arremete uma leitura que para produção de comunicações internas é necessário fluidez, bom senso, e tratamento específico positivo para que exista comunhão entre os membros da equipe integrando com toda organização.

Para o bom desenvolvimento da comunicação interna dentro das organizações, ela precisa promover o trabalho em equipe, uma boa comunicação entre os colaboradores é importante para a participação profissional e pessoal de cada indivíduo. (ANGELONI, 2010)

A organização precisa contribuir para o alcance dos resultados, transmitindo aos funcionários informações precisa, afirmando os seus objetivos, identificando missão e valores da organização.

A ferramenta da comunicação interna estimula a motivação das pessoas além de promover o compartilhamento de estratégias, o diálogo, agregar valor à organização estimula a troca de informações, de experiências e a participação de todos os níveis organizacionais proporcionando a realização das trocas entre organização e colaboradores. (SANTOS, COSTA, TRUSS, 2006)

A comunicação dentro da organização atua com vários fatores de sucesso e crescimento: fator motivação quando os funcionários têm acesso a informações; fator estratégico que promove a troca de informações, conhecimentos e experiências dentro do ambiente de trabalho, dando liberdade aos colaboradores de expressar suas opiniões e criar juntas estratégias de divulgação e desenvolvimento para a organização; e o fator relacionamento, quando a organização promove o diálogo dentro da sua organização, ela desenvolve a criação de laços afetivos, amizades e relações estáveis entre seus colaboradores que conseqüentemente geram uma parceria longa e duradoura. (BERALTO, 1996)

Na prática é relevante observar o funcionamento desta política organizacional dentro da instituição, pois em alguns casos como, por exemplo, em órgãos públicos esta comunicação é prejudicada devido a alguns fatores que devem ser levados em

consideração para um ambiente de trabalho satisfatório. São eles: equipe apropriada, quantidade de funcionários adequada para desenvolver as demandas da organização. Geralmente os órgãos públicos não dispõem de uma quantidade de profissionais suficiente, para a realização dos trabalhos, falta estrutura onde o espaço físico não favorece o desenvolvimento das atividades diárias. (JACOMINI, 2011)

Todos estes são fatores que causam a insatisfação nos clientes internos e conseqüentemente prejudicam a comunicação e a organização neste local, causando uma carência de informação e comprometendo a eficiência e até a imagem do órgão público. (JACOMINI, 2011)

A imagem de uma organização depende do que ela passa para cada um de seus públicos, e de qual a impressão que este público terá desta organização perante a imagem que lhes é passada. Neste contexto a assessoria de comunicação tem papel importante para as organizações do setor público, pois, ela é capaz de informar e interceder sobre as necessidades do órgão, buscando fazer melhorias para que a população seja mais bem atendida. Além disso, a assessoria também tem papel fundamental ao divulgar toda informação relacionada às atividades realizadas pelo órgão e garantir que esta informação chegará a toda à população.

Um fator que é relevante sobre a precariedade nas comunicações dentro dos setores públicos é o fato de que o assessor de comunicação destes órgãos precisa ser alguém de confiança, para a garantia de que este irá passar as informações necessárias de forma benéfica, desta forma muitas vezes são manejados profissionais não qualificados e sem formação relacionada área para executar esta função, resultando em uma comunicação pobre em informações, pouco eficiente, que não leva as informações necessárias a todos os colaboradores gerando uma insatisfação dos mesmos em relação

ao trabalho do assessor de comunicação criando-se um mito a respeito destes profissionais. (JACOMINI, 2011)

Efetivar uma política de comunicação institucional que destinasse ao pensamento estratégico requer a integração do conhecimento organizacional aos recursos de divulgação disponíveis, aprimorando os instrumentos para produção de informações. Nesse contexto, a implementação das ações de comunicação institucional passa a ser organizada e planejada de forma integrada. (GURJAO, 20-1?)

O exercício próprio da assessoria de comunicação compreendida, neste caso, como praticante do jornalismo institucional e da intermediação e facilitação de processos aperfeiçoam a difusão de informação e conhecimento.

O setor de assessoria de comunicação ainda atua na organização de roteiros de solenidades; planejamento, divulgação, protocolo de eventos, apoio na elaboração de discursos. Esta assessoria ainda faz parte da criação de materiais e institucionais para publicações em jornais, cartazes, placas, textos para spots de rádio, apresentações multimídia para palestras e eventos, convites, certificados, informes, entre outros. (LOPES, 2007)

A compreensão do interesse público conduz ao princípio do diálogo buscado pela comunicação pública. Em toda a ação de comunicação do setor público a preocupação é em garantir a uniformidade no trato das informações produzidas pela instituição. A transparência na divulgação de informações gera credibilidade institucional, propicia um canal de comunicação interativo com os cidadãos, reforça a natureza pública da instituição e possibilita o exercício da crítica por parte da sociedade.

A assessoria de comunicação tem sua importância observando que ela faz o processo que assimila o elo do público alvo e instituição, assim o fluxo de informações caracteriza o nível de relacionamento entre instituição e cidadão. Independentemente do

modelo, a comunicação deve ser planejada e executada para facilitar o intercâmbio de informações. Para desenvolvê-lo é importante ter um setor ou departamento especializado, através do qual será desenvolvido o trabalho de comunicação de conteúdo para a instituição. (LOPES, 2007)

“[...] O papel é delegado à assessoria de comunicação, que conta com o apoio de profissionais de diferentes áreas. O jornalismo é a área que divulga e informa os fatos relacionados com a organização, sem custo, através de matérias; a publicidade atua na área de criação e veiculação de anúncios; as relações públicas informam, conceituam, educam, fazem crer e mediam assuntos referentes à organização, visando provocar na opinião pública reações favoráveis a atividade da organização.” (LUPERTI, 2000, p.122)

Nesse contexto, percebe-se a necessidade de incrementar e valorizar a assessoria de comunicação. A assessoria além de um vasto papel de importância na divulgação de comunicações da instituição pode atingir outras esferas ela pode reduzir os impactos na dificuldade de absorção das novas tecnologias que chegam aos funcionários, transforma a linguagem interna de forma coesa de fácil compreensão, a constituição da identidade, as atribuições de sentido, as aplicações e implicações do marketing social e institucional; a dimensão ética, os espaços de criatividade, os padrões de qualidade, os enfoques centrados na instituição agregando contribuições do público interno e externo para alcance dos objetivos propostos. (LUPERTI, 2000)

4. ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO: CONCEITOS E FUNCIONAMENTO

O assessor de comunicação tem como principal propósito informar a sociedade, e outras mídias de modo eficiente e eficaz sobre assuntos que possam ser de interesse público. Ele investiga e divulga fatos, redige e edita reportagens, entrevistas e artigos, adaptando o tamanho, a abordagem e a linguagem dos textos ao veículo e ao público a que se destinam, os jornalistas compreendem e conhecem as peculiaridades das redações e sabe captar o que é de interesse dos veículos e da sociedade uma vez que a responsabilidade do produto que o jornalista apresenta tem implicações que podem perdurar durante muito tempo. (MORENO, 2012)

Este é o exercício do tradicional do assessor de comunicação, porém com as mudanças que a internet tem imposto possibilitou que outros leques se abrissem ao profissional, principalmente nos setores de comunicação e assessoria de comunicação, paralelamente à divisão dos gêneros jornalísticos.

O assessor especializado é uma materialização clara do atendimento a segmentos específicos da sociedade, com demandas próprias, capazes de movimentar uma redação, em torno de uma produção editorial mais direcionada e específica com oferta de informação qualificada a população, a fim de atender aos anseios da sociedade que está cada vez mais absorvida pelos processos de comunicação. (COSTA, 2011)

Neste cenário é que surgem as grandes organizações de comunicação, trabalhando com a comunicação de massa. Nesta fase já era irreversível a convivência da população com mídias e principalmente internet, mas em contrapartida os jornais impressos ainda eram o meio que adquiria maior credibilidade do público, pois trazia a segurança da informação impressa como registro ou prova do que foi dito. (AGUIAR, 2012)

Diante disto os empresários deram-se conta do poder construtivo e destrutivo da comunicação. A exigência cada vez maior da sociedade por transparência nas atividades de organizações públicas ou privadas que estivessem relacionadas ao bem-estar da população, deu origem à chamada assessoria de comunicação, atendendo a necessidade de atingir, influenciar e ouvir a opinião pública, de maneira eficiente e eficaz mostrando os fatos sob o ponto de vista da organização, além de prestar contas sobre suas ações à população brasileira, atividade esta que somente o profissional de jornalismo poderia executar com excelência, utilizando suas técnicas para preencher lacunas de informações e intercala-las, fazendo um paralelo entre o poder público, privado e a sociedade. (SPECK, 2002)

Isso foi o que influenciou os jornalistas a buscarem mais qualificações, e conhecimentos profissionais, pois se tornou necessário saber sobre outras áreas de atuação, conhecer bem todos os meios de comunicação, e aprender sobre as diversas multimídias, possibilitando que os tornassem cada vez melhor e mais competitivos ao mercado de trabalho.

É fundamental salientar que o segmento da assessoria de comunicação vem se consolidando no mercado neste momento de modificações e escancaradas evoluções políticas, econômicas, sociais e tecnológicas.

Este setor vem empregando cada vez mais jornalistas, uma vez que as ações de uma assessoria de comunicação dentro de qualquer seguimento empresarial estão diretamente vinculadas ao cotidiano da redação dos veículos de comunicação, em que somente profissionais jornalistas qualificados têm o pleno conhecimento e capacidade de executar tarefas como a criação de pautas, edição, fornecerem conteúdo com informações úteis, ter materiais colhidos com seriedade na apuração, visando sempre a veracidade dos fatos, com fontes precisas, saber que o envio de qualquer material para

as redações deve respeitar os deadlines dos veículos, o horários de fechamento das edições que serão veiculadas, além de fornecer sempre sem exceção informação útil, relevante e de interesse público. (MOREIRA, 2011)

Com dinamismo a assessoria de comunicação é um setor em grande expansão que vem agregando cada vez mais profissionais qualificados, a desenvolver o relacionamento da organização junto aos veículos de comunicação, gerando uma mídia espontânea que agrega credibilidade a organização, produtos, serviços e instituições. (MORAIS, 2014)

Um profissional que atue na área de assessoria de comunicação é essencial para qualquer empresa ou instituição seja ela pública ou privada que tenha que prestar contas ao público sobre suas atividades.

Os assessores de comunicação podem ser contratados ou até mesmo prestar serviços como autônomos e terceirizados, mantendo sempre o princípio de aproximar os clientes e instituições, passar credibilidade perante aos veículos de comunicação, divulgar informações que tenham o potencial de serem transformadas em notícias, permitir que a empresa assessorada seja reconhecida pela população devido as suas publicações, além de passar confiança, agir sempre de acordo com a ética, respeitar às normas do assessorado e conhecer muito bem o seu cliente e o seu negócio.

É fundamental conhecer os objetivos, princípios e prioridades da empresa assessorada, acompanhar de perto as atividades e ter um bom relacionamento com os colaboradores da empresa, para que ao fazer suas publicações tenha a certeza de que produziu um material de qualidade e que atenderá as expectativas do seu cliente.

É importante ressaltar que diante da importância e do grande leque das áreas de atuação de uma acessória de comunicação, para que esta obtenha o sucesso, é relevante

que estas atividades sejam coordenadas e executadas por um profissional qualificado com formação em Jornalismo.

4.1 As ferramentas de assessoria de comunicação

Para a assessoria de comunicação cumprir o seu papel de mediadora entre a organização e os meios de comunicação com maestria é necessário à utilização de ferramentas específicas que potencializam o trabalho realizado por estes profissionais.

Segundo o Manual de Assessoria de Imprensa, Fenaj (2007) o objetivo do assessor é dinamizar os métodos e alcançar mais e maiores resultados dentro das metas e expectativas traçadas pelo cliente, para isso contam com a utilização das seguintes ferramentas:

- Clipping: Seleção de material como reportagens, matérias veiculadas na mídia que possam interessar ao cliente ou organização assessorada.
- Mailing list: listas personalizadas e segmentadas de profissionais do ramo jornalístico utilizada pelos profissionais de assessoria de comunicação para mediar divulgação pretendida.
- Publicações e veículos: são todos os meios de comunicação onde as informações serão veiculadas sejam eles internos, boletins, revistas, intranet ou externos, internet, televisão e radio.
- Press release: documento divulgado pela assessoria de comunicação informando, ou respondendo a mídia sobre algum fato. Deve ser breve, claro e direto.
- Press kit: é uma ferramenta muito utilizada para a divulgação de um produto. Se possível deve ser entregue via portador, ou organizações de entrega. Fenaj (2007)

Foram citadas acima as principais ferramentas de trabalho do assessor, que também utiliza do bom relacionamento formal e informal com os pauteiros, repórteres e

editores da mídia; acompanhamento de entrevistas de suas fontes; organização de coletivas; edição de jornais, revistas, sites de notícias e material jornalístico, reparação de textos de apoio, sinopses, súmulas e artigos; participação na definição de estratégias de comunicação. (FENAJ, 2007).

5. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NA POLÍCIA CIVIL DE MINAS GERAIS ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO

Procurou-se, neste capítulo apresentar as competências e estrutura da comunicação institucional da Polícia Civil de Minas Gerais, para entender a visão dos assessores de comunicação em relação à segurança pública realizada pelo órgão e seus contatos com a mídia. Para isso foram realizadas entrevistas com os assessores de comunicação, as identidades dos entrevistados serão preservadas afim de atender a solicitação pessoal, tendo liberdade de expressão de forma que não prejudique suas atividades profissionais.

A entrevista foi realizada seguindo um roteiro com perguntas, o qual será transcrito abaixo:

- 1) Onde fica a assessoria de comunicação na estrutura da PCMG? Qual é a atual estrutura da Assessoria de comunicação?
- 2) Quantitativo de pessoal e cargo?
- 3) Quais são os serviços prestados pela Assessoria de comunicação? Quais são as principais atividades cotidianas?
- 4) Como funciona o sigilo do trabalho policial com a necessidade do jornalismo em divulgar informações?
- 5) O fluxo do trabalho e tempestividade nos desenvolvimento das ações, quais são as principais dificuldades e necessidades na Assessoria de comunicação?
- 6) Existe algum controle numérico informando o número de atendimentos da assessoria de comunicação, atividades e suas divulgações?

O conceito de comunicação de Polícia Judiciária, em um estado pode ser apresentado de acordo com a Constituição do Estado de Minas Gerais, no artigo 139:

"Art. 139. À Polícia Civil, órgão permanente do Poder Público, dirigido por Delegado de Polícia de carreira e organizado de acordo com os princípios da hierarquia e da disciplina, incumbem, ressalvada a competência da União, as funções de polícia judiciária e a apuração, no território do Estado, das infrações penais, exceto as militares, e lhe são privativas as atividades pertinentes a: I -Polícia técnico-científica; II -processamento e arquivo de identificação civil e criminal; III - registro e licenciamento de veículo automotor e habilitação de condutor".(MINAS GERAIS, 1989)

Para a preservação da imagem Polícia Civil de Minas Gerais, fortalecimento e abertura de informações de forma transparente surgem em sua estrutura a Assessoria de Comunicação da Polícia Civil de Minas Gerais (Ascom) localizada na Rodovia Prefeito Américo Gianetti, número 4143 - Serra Verde 4º andar do Edifício Minas - Cidade administrativa - Belo Horizonte. A Figura 1 a seguir apresenta o organograma simplificado e mostra o posicionamento da Ascom na estrutura do Gabinete da Chefia da Polícia:

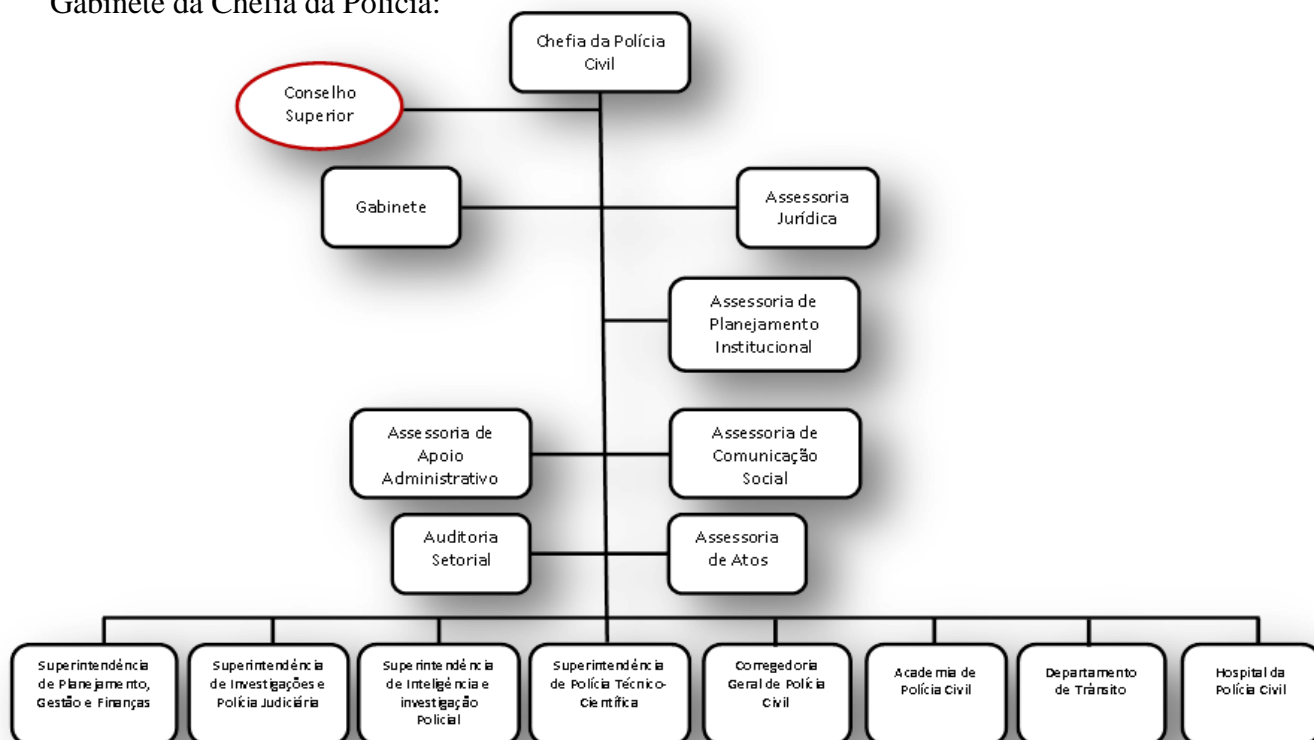


Figura 1: Organograma da Polícia Civil de Minas Gerais
Fonte: (site: www.pc.mg.gov.br, acessado em 02/09/2014)

A Assessoria de Comunicação Social está em um local de destaque no organograma da PCMG. Com intenção de fazer o elo de todo órgão com a Chefia de Polícia, a Ascom se localiza no centro deste organograma. Desta forma podendo percorrer todos os caminhos livremente desde os dados dos gabinetes até o ambiente operacional do policial.

A assessoria de comunicação social da Polícia Civil esta estabelecida, em conjunto com a Lei interna polícia que estabelece procedimentos para veiculação de informações decorrentes de ações da polícia civil. A resolução supracitada esta inserida na Lei orgânica da instituição que normatiza as atividades exercidas. (MINAS GERAIS, 2013)

O conveniente desta lei para a assessoria de comunicação são as considerações ligadas na padronização do conteúdo de informações divulgadas a mídia. Evidenciado que existem diversas formas de consultar a assessoria de comunicação da PCMG, seja ela por veículos de comunicação, rádio, TV, jornais, Internet e até mesmo a população. Assim é viável para atender esse grande número de solicitações padrões técnicos de atendimento e divulgação.

A competência inicia no atendimento a todos que exigem informações sobre as ações da polícia civil, abre margem para a formação positiva da imagem institucional. A possibilidade de esclarecimento pode evitar a exposição de equívocos de entendimento das ações da instituição. Esclarecer de forma correta e condizente com a situação real, exigida por canais midiáticos evita lacunas de duvidas, papel fundamental da assessoria de comunicação.

As competências da Assessoria de Comunicação da Polícia Civil de Minas Gerais são orientadas e coordenadas por um delegado-assistente ligado ao representante máximo da instituição o Chefe de Polícia. Essa conexão é fundamental para o seguimento das linhas e objetivos da instituição, tendo em vista que a representatividade do chefe de polícia é fundamental para decisões, manutenção da ordem e necessidades da segurança pública.

Outro fator importante é que cada titular, delegado, é responsável por estabelecer contato junto à assessoria de comunicação quando for formalizar notícias a serem divulgadas. Este momento é fundamental já que a assessoria de comunicação que possui o papel de conseguir canais que abram interesse para divulgar informações que sejam noticiosas a sociedade. Além de possibilitar dicas às fontes, servidores sobre o comportamento e orientações de como reduzir as chances de equívocos no momento de emitir informações.

O assessor de comunicação da PCMG tem o conhecimento e estudo na área de comunicação social, com este conhecimento, é ele que obtém a forma correta de como organizar as estruturas de divulgações noticiosas. Sendo adequado no momento de agendar entrevistas, selecionar a participação de fontes, enviar dados sobre conteúdos noticiosos a mídia estabelecendo o elo de forma transparente da instituição policial, com a mídia e sociedade. (FENAJ, 2007).

Para evitar favorecimento a veículos de comunicação referente a notícias, a própria assessoria faz um texto com informações e divulga para sua agenda dos veículos midiáticos. Essa forma é essencial para manter igualdade e possibilidade na emissão de informações, entendo que a sociedade acompanha determinados seguimentos de notícias por motivos, culturais, sociais e econômicos. Assim abre margem para atender a maior

esfera possível da sociedade podendo optar pelo meio de sua preferência da mídia. (MINAS GERAIS, Resolução n° 7.520, de 15 de maio de 2013.)

Como a polícia civil atende demandas referentes a investigação faz parte do cotidiano formulações de operações, atividades que resultam na prisão de criminosos e apreensão de objetos referentes a crimes, bens, armas, drogas, etc. Como define a resolução é necessário informar a assessoria de comunicação com antecedência mínima de 24 horas. Este momento transição de tempo é fundamental para organizar os preparativos de divulgação da melhor maneira possível. (MINAS GERAIS, Resolução n° 7.520, de 15 de maio de 2013.) Possibilitando o enriquecimento de qualidade das divulgações, com fontes, imagens, áudio e vídeos.

Referente a resultados, descrição das atividades, a assessoria de comunicação tem como orientação pela emissão de declarações o delegado ou superior hierárquico. Esta decisão esta expressa na resolução que define os procedimentos da assessoria. Fazendo uma leitura neste quesito entendesse que o delegado é o responsável por determinar as ações de seus policiais, e posteriormente em caso de necessidade enquadrar as ações dos autores de crimes em uma tipicidade penal.

Entende-se que desta forma o delegado contem o conhecimento pleno do direito, e conhecimento das ações dos seus subordinados, por isso é o individuo selecionado para descrever os resultados a imprensa. Porém é fundamental entender que a mídia necessita da fonte que participou diretamente de uma ação, nem sempre um superior hierárquico vai possuir de forma detalhada como o fato ocorrido. Sendo importante nesse quesito incrementar a possibilidade do próprio servidor que praticou a ação, seja ele investigador, escrivão, perito ter a chance de emitir sua posição e declaração suas

próprias atuações, obviamente com orientações técnicas da própria assessoria de imprensa.

A imagem emitida do policial a sociedade é interessante para a manutenção da ordem. Poder observar o policial vestido de forma padronizada é importante para gerar credibilidade, e informar que este é servidor que garante a ordem e soluciona crimes. A própria polícia possui indumentárias com os nomes expressos da própria instituição, ou mesmo roupas sociais com o uso do distintivo. A assessoria tem a percepção orientar o uso e a forma de como deve ser o posicionamento dos policiais perante a realização de qualquer evento.

A assessoria de comunicação busca a democratização, da informação, seguindo os objetivos da instituição divulgando a apuração de crimes e contravenções, por meio de investigações. Através disso é possível apresentar a social esclarecimentos sobre crimes apontando autoria, materialidade, motivo e circunstâncias.

Dentro o segmento a assessoria apresenta a missão da Polícia Civil de Minas Gerais de gerir e integrar de forma coletiva a justiça criminal e segurança pública, através das investigações e reduzir o fenômeno da violência. Dentre estes se enquadra a visão da instituição que almejam ser reconhecida por sociedade e governo, como esclarecedor de crimes. (MINAS GERAIS, 2013)

Observando os valores da instituição é visível a participação da assessoria de comunicação para garantir o compromisso com o interesse público, apresentar a promoção dos direitos humanos, garantir a identificação dos cidadãos como sujeitos de direito, trabalhar de forma ética nas relações internas e externas, divulgar e valorizar a qualificação do profissional, ser eficiente na qualidade, imparcialidade, transparência e efetividade dos serviços. (MINAS GERAIS, 2013.)

No trabalho cotidiano o assessor da PCMG deve evitar distorções de matérias produzidas pela mídia, que de alguma forma possa comprometer a imagem da própria instituição. Estabelecendo contato com a própria imprensa, através de notas ou mesmo entrevista para que não ocorra destoaamentos de fatos prejudicando até mesmo reações negativas, que possam aumentar a sensação de violência à própria sociedade.

Na própria assessoria de comunicação a uma visão durante as divulgações de seus conteúdos, a valorização do órgão e também da equipe evitando possíveis vaidades por restritos servidores. Fato este que pode ser observado na própria apresentação de crimes onde são convidadas as autoridades, delegados e demais servidores que atuaram nas investigações. (MINAS GERAIS, Resolução nº 7.520, de 15 de maio de 2013.)

A própria assessoria trabalha evitando sensacionalismo, tendo em vista que o trabalho é feito na solução de crimes, fato este tentando coibir maiores temores da sociedade. Apresentar apenas a verdade sobre o fato é objetivo concreto de um órgão que visa justiça sendo necessário apresentar as provas através de dados técnicos, fotos, filmagens ou gravações.

De acordo com assessoria de comunicação o conteúdo de divulgação pode seguir dois canais de fluxo. A imprensa estabelece contato com a delegacia responsável, que direciona a assessoria de comunicação ou a delegacia estabelece contato com a assessoria de comunicação para divulgações na imprensa. Reafirmando que quem preside as entrevistas são as autoridades policiais da respectiva delegacia, delegados. Como apresenta os seguintes fluxogramas informados pela assessoria de comunicação da Polícia Civil de Minas Gerais:

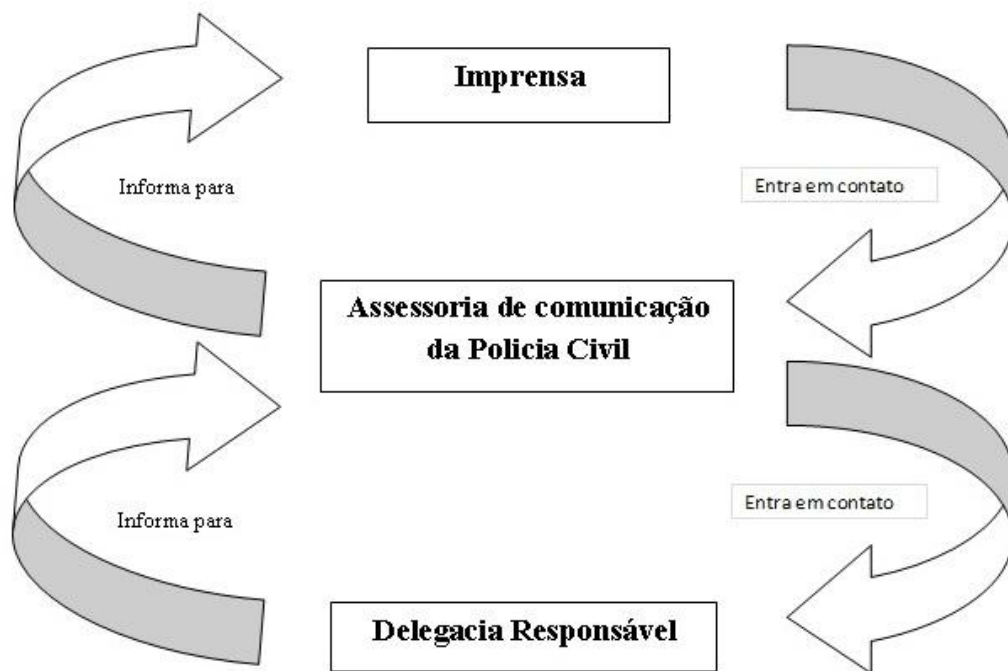


Figura 2: Fluxograma das rotas de contatos entre o interesse de cobrir matérias da Imprensa e Delegacia Responsável em que se encontra as informações para a mídia.

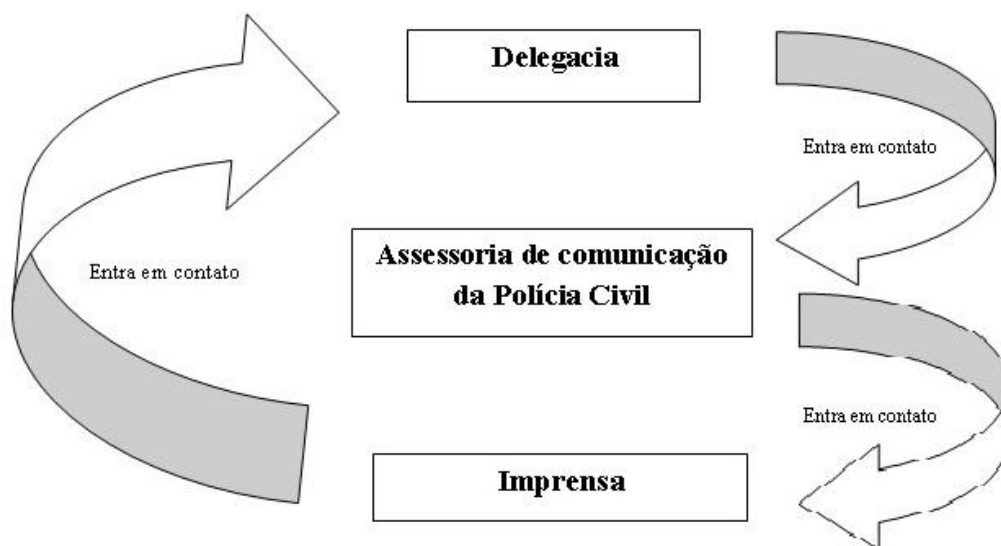


Figura 3: Fluxograma das rotas de contatos entre o interesse da Delegacia em informar até as mídias de divulgação a Imprensa.

As divulgações sobre operações policiais são feitas a toda imprensa, sendo enviados "releases" os dados, modo, autoria, local, data e horário. Já o acompanhamento de operações com focos que devem ser sigilosos a princípio são apenas divulgadas somente quando já se iniciou os trabalhos policiais evitando assim vazamento de informações. (MINAS GERAIS, Resolução nº 7.520, de 15 de maio de 2013.)

As publicações e entrevistas passam pela linha da assessoria de comunicação para que o servidor siga as linhas editoriais específicas da mídia solicitada. Reforçando na divulgação do trabalho exercido e também nos valores do órgão a quem atua cotidianamente. (MINAS GERAIS, Resolução nº 7.520, de 15 de maio de 2013.)

Faz parte do trabalho da assessoria de comunicação a organização de entrevistas sejam elas coletivas, ou mesmo para produção de matérias. Neste ponto é feito um ambiente sadio para que o foco seja exclusivo na divulgação de resultados, com postura adotada coerente aos trabalhos policiais, respeitando os direitos humanos, agregando valores às atividades. (MINAS GERAIS, Resolução nº 7.520, de 15 de maio de 2013.)

Os serviços prestados pela Ascom são difusos em todos os trabalhos exercidos pela própria PCMG. A divulgação da emissão do atestado de antecedentes criminais, nos veículos de comunicação são feitos com grande frequência. A ideia é que passando este tipo de informação para a sociedade ela reconheça a situação do cidadão, se possui antecedentes criminais, atividade esta muito exigida em regulamentações de contratos e busca de emprego pelos próprios cidadãos. Na divulgação informa deixa

claro que é um serviço gratuito sendo possível fazer no site do órgão (www.pc.mg.gov.br) link atestado de bons antecedentes.

Outro modelo de divulgação feito sistematicamente são as emissões de carteira de identidade. Sendo um direito, e muitas das vezes a exigência de muitos órgãos as emissões das carteiras de identidades são fundamentais para o órgão. A Ascom envia para a mídia as exigências que são feitas para a produção de uma carteira de identidade, fundamentalizando o direito do cidadão e explicando as formas, importâncias, locais e documentos necessários para emissão da mesma. Atualmente estes serviços são prestados em locais específicos como nas Unidades de Atendimento Integrado, em diversos distritos no estado de Minas Gerais, e também em eventos em locais públicos programados e divulgados pela própria Ascom. (MINAS GERAIS, Resolução n° 7.520, de 15 de maio de 2013.)

Para o servidor da PCMG, a assessoria de comunicação informa nos portais do intranet, quantidade de emissões mensais, e também enaltece os bancos de dados das impressões datiloscópicas ferramenta esta muitas vezes necessária para colher provas objetivas para possível reconhecimento de autores de crimes, ficando disponíveis aos próprios servidores que atuam em investigações criminais.

Mais um serviço bastante informado pela Assessoria de Comunicação são as consultas das situações de veículos, informações extraídas no Departamento de Transito de Minas Gerais DETRAN-MG. A intenção da Ascom em divulgar este tipo informação é evitar fraudes iniciais ligadas a transferências, e compra venda de veículos. A divulgação de conteúdos neste formato lançados a mídia além de informar ao próprio cidadão que pode conferir chassi, placas alertas de furtos e roubos de veículos, e multas referente ao veiculo determinado. Este serviço possui noticiais diárias

no próprio site do departamento de trânsito (www.detran.mg.gov.br) clicando no link específico.

As informações vindas pelo próprio DETRAN são bastantes vinculadas pela Ascom, tendo em vista o grande número de serviços disponível a população, sendo elas: Emissão de extratos de multas, Seguro de Trânsito (DPVAT), consulta de pontuação veicular, laudos ligados a trânsitos referentes a embriaguez, lesão corporal, necropsia, além dos processos para a retirada da carteira nacional de habilitação.

No ano de 2014 a Polícia Civil de Minas Gerais, percebendo a necessidade da população em fazer notícias criminais lançou a Delegacia Virtual. Segundo a própria assessoria esta foi uma grande demanda para o ano da Assessoria de Comunicação. Foram feitos releases as mídias, propagandas abertas TV, rádio, jornais, entrevistas e coletivas para mostrar a nova ferramenta de registros criminais pela internet. (fonte: <http://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticias/policia-civil-lanca-novo-modulo-da-delegacia-virtual-para-registro-de-danos-simples/>)

A delegacia virtual é um novo canal *online*, para isso a Ascom teve que divulgar e apresentar a mídia e com isso ao próprio cidadão, usuário, com acesso a internet os seguintes serviços: acompanhar e registrar acidentes de trânsito sem vítima, perda de documentos e objetos, desaparecimento de pessoa, localização de desaparecido, localização de desaparecido e desconhecido e dano simples. Todo o serviço disponível no site: delegaciavirtual.sids.mg.gov.br.

(fonte: <http://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticias/policia-civil-anuncia-inicio-de-operacoes-da-delegacia-virtual-nesta-quarta-feira/>)

Na tentativa de evitar, reduzir fraudes no ambiente virtual da delegacia virtual Ascom também fez a campanha, sobre o crime referente a omissão ou falsa declarações. A Ascom produziu textos propagados na mídia, e também no próprio

portal informando sobre este crime é previsto no art. 299 da Lei 2848 - CPB. Ficando sujeito o autor a reclusão, de um a cinco anos, e multa, se o documento é público, no caso este produzindo boletins de ocorrência no site da própria delegacia virtual. (BRASIL, 1940)

A assessoria de comunicação da Polícia Civil de Minas Gerais, utilizando de observação pessoal, participante e entrevista; no quesito de propagação de notícias é possível perceber as inúmeras fontes, não só tratando-se de crimes, mas também de serviços prestados. Para a mídia na divulgação de matérias de credibilidades é importante a existência de fontes, percebesse que em todas as esferas comunicacionais da assessoria de comunicação do órgão aqui estudado existem pessoas responsáveis especificamente para tratar cada tema. A exigência de qualidade aliada ao número da demanda tem que ser associada e trabalhada em forma conjunta pela equipe de assessoria de comunicação garantido desta forma transparência e informação.

5.1. SIGILO DAS INVESTIGAÇÕES CRIMINAIS orientados a Assessoria de Comunicação

O artigo 1º da Lei de Organização da Investigação criminal Lei 49/2008 de 27 de Agosto define a Investigação criminal como o:

“conjunto de diligências que, nos termos da lei processual penal, se destinam a averiguar a existência de um crime, determinar os seus agentes e a sua responsabilidade, descobrir e recolher as provas, no âmbito do processo”. (BRASIL, 2008)

Já o caráter sigiloso da investigação policial está previsto no artigo 20 do Código de Processo Penal “*A autoridade assegurará no inquérito o sigilo necessário à elucidação do fato ou exigido pelo interesse da sociedade.*” (BRASIL, 1941)

A investigação criminal é um processo que antecede o decreto penal com o intuito de demonstrar a existência de autoria e materialidade de um fato antijurídico, esta investigação é feita pela polícia judiciária, através de um inquérito policial que coleta provas para que o autor da ação penal possa ser punido pelo delito cometido. (Valter, 2007)

É importante ressaltar que o delinquente não é o objeto de investigação, e sim o fato ocorrido, daí reconhecemos a importância do sigilo das investigações criminais, pois, as investigações devem ser efetuadas sob sigilo, para que possam ser bem sucedidas e também para garantir que a pessoa envolvida no fato investigado não seja exposta, uma vez que, seus direitos e garantias individuais devem ser resguardados e respeitados. “A divulgação de informações iniciais sobre os fatos, em certos casos, podem causar seriíssimos e irreparáveis danos ao nome, à imagem e à honra dos envolvidos na investigação” (CUNHA, 2003, p. 85).

Apesar de a lei exigir que seja mantido o sigilo, existem lacunas que permitem que o sigilo não seja totalmente mantido, se isso for contribuir para a investigação, ou configurar uma benfeitoria a sociedade, é o que ocorre em alguns casos, quando existe a divulgação pela imprensa a cerca de uma investigação, dando a oportunidade de surgir outras vítimas, e permitindo que a população possa colaborar com as autoridades policiais fornecendo mais provas para se chegar ao autor. (Rosa, 2000)

Atualmente apesar das imposições legais de sigilo das investigações, são muito frequentes nos meios de comunicação a veiculação de notícias sobre fatos apurados em diligências policiais, muitas vezes que ainda não tiveram seus inquéritos concluídos,

demonstrando até mesmo gravações sigilosas, contudo as investigações não são amplamente divulgadas, mas a mínima divulgação sem a expressa autorização da justiça pode causar transtornos irrecuperáveis na busca da prova processual. Como por exemplo, na divulgação de uma interceptação telefônica de um investigado, caso o alvo das investigações fique sabendo da diligência antes mesmo que ela aconteça o ato investigado pode ser condenado ao fracasso. (Rosa, 2000)

Com todas as ressalvas do sigilo das informações pertinentes as investigações policiais é importante lembrar que o sigilo não se aplica ao Ministério Público e nem ao advogados podendo eles terem total acesso a todas as informações do inquérito, tendo o Ministério Público o poder de divulgar ou não na mídia determinada informação e o advogado do investigado podendo arrecadar provas que contradirão os autos do inquérito onde talvez poderá conduzir à ausência de criminalidade, à negação da autoria, ou diminuir a pena. A não ser que seja determinado por autoridade competente do estado que o advogado terá que obedecer ao sigilo de justiça, perdendo o direito ao acesso as informações do inquérito e contradizendo o artigo 7º, inciso XIII da Lei 8.906/94 – Estatuto da Advocacia e a Ordem dos Advogados do Brasil que dispõe ser direito do advogado examinar em qualquer órgão do Poder Judiciário e Legislativo, ou da Administração Pública em geral, autos de processos findos ou em andamento, mesmo sem procuração, quando não estejam sujeitos a sigilo, podendo obter cópias ou realizar anotações. (BRASIL, 1994)

Enfim todo o processo de investigação criminal seja ele público ou privado deve manter a obediência as leis de Organização da Investigação criminal 49/2008 de 27 de Agosto e Decreto-Lei Nº 3.689, de 3 de Outubro de 1941, do Código de Processo Penal tendo a autoridade policial o papel de efetuar a colheita das provas em busca da verdade dos fatos, protegendo e resguardando sempre a intimidade, vida, honra e imagem do

investigado, ate que sejam recolhidos todos os autos necessários para que seja em seguida instaurada a ação penal. (BRASIL, 1941)

Aos legisladores fica atribuído o principal interesse de assegurar, o sigilo necessário ao esclarecimento dos fatos, tomando as providências à preservação da intimidade, vida privada, honra e imagem do investigado, do indiciado, do ofendido e das testemunhas, vedada sua exposição aos meios de comunicação. (BRASIL, 1941)

6. O FUNCIONAMENTO DA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA PCMG: apresentação e análise dos resultados da pesquisa.

A estrutura da assessoria de comunicação tem sua grande maioria de servidores centralizada na Cidade Administrativa. A coordenação como observado no organograma fica interligada diretamente com todas as estruturas da Polícia Civil de Minas Gerais. A Chefia da Polícia Civil recebe o respaldo e notificações a serem divulgados na imprensa diretamente pela coordenação de comunicação social do órgão.

O trabalho da Ascom e o relacionamento com os demais órgãos e unidades devem respeitar a resolução nº 7.520, de 15 de maio de 2013, da Polícia Civil de Minas Gerais, que estabelece procedimento para veiculação de informações decorrentes de ações da Polícia Civil à imprensa e define regras gerais sobre a atuação da Assessoria de Comunicação Social da PCMG. (MINAS GERAIS, 2013)

Como a veiculação de conteúdos jornalísticos é disseminado por todo o estado de Minas Gerais é importante que fontes, e chefia policial estejam interligados, para emissão de uma única mensagem, evitando ruídos, na tentativa de reduzir crises por motivo de informações incoerentes. Referente à demanda de informação a ser divulgada deve ser transmitida pela coordenação da assessoria de comunicação tendo como sede a Cidade Administrativa. Conforme dados da entrevista são necessário que existam também outros profissionais ligados a comunicação espalhados de forma estratégica por toda a extensão do estado de Minas Gerais.

Os profissionais elencados como assessores são denominados como núcleos, em que a função exclusiva tem funcionalidade de capacitar outros servidores para o conhecimento de comunicação, e difusão de notícia. Sendo observador participativo, e com acesso a entrevista a capacitação com outras fontes de servidores que estão em diversas cidades de Minas Gerais, gera proximidade da notícia, e

conhecimento pleno da situação, gerando credibilidade e direcionando a adequação da demanda dos veículos de comunicação.

Os assessores de comunicação buscam profissionais da própria Polícia Civil, que tenham cursos ligados a comunicação social. Desta forma é possível com maior agilidade obter informações de fatos ocorridos em todo o estado, que tenham ligação ao próprio órgão. Esta forma Buscando desta forma a melhor forma de divulgação de notícias e suas veiculações na mídia apropriada, seja ela em forma "releases" ou coletivas de imprensa.

De acordo com as fontes da Ascom da PCMG, estes núcleos também são formados em locais com grande requisição de fontes, e conteúdos jornalísticos cotidianos sendo eles no Departamento de Trânsito de Minas Gerais (DETRAN), com crimes ligados ao trânsito. Departamento de Investigação de Homicídios e Proteção à Pessoa (DHPP), referente a necessidade de esclarecimento de mortes derivadas de violência. Também existe o núcleo na Divisão Especializada de Referência da Pessoa Desaparecida, este profissional bastante requisitado de pessoas que não estabelecem contatos com os lares, por motivos desconhecidos ou mesmo ligados a violência.

Todos os núcleos acompanham um profissional que fica cotidianamente interligado a Assessoria central localizada na Cidade Administrativa. Estes profissionais acompanham as atividades diárias, sendo assessores que necessitam de posicionamentos diretos e respaldados para suas atuações observando o volumoso requerimento de informações da própria mídia.

Como Estado de Minas Gerais possui grande extensão adjacente aos núcleos oficiais, compostos por profissionais que respondem diretamente à coordenação são necessárias outras medidas. Visando interligar o Estado com informações requisitadas a Ascom conta com apoio de policiais e servidores administrativos com

formação em Comunicação Social e que atuam em outros órgãos e unidades da capital e interior.

É importante ressaltar e compreender que outros servidores espalhados pelo estado de Minas Gerais, que auxiliam a comunicação social, não exercem apenas a função de assessores, mas também ocupam suas carreiras como investigadores. Assim os que executam exclusivamente a função de comunicólogos ficam sediados na cidade administrativa tendo como função avaliar a qualidade e produção de materiais informacionais.

Assim é possível contabilizar os servidores que atuam exclusivamente nos trabalhos da Assessoria de Comunicação, que atendem exclusivamente toda demanda de notícias voltadas a PCMG. Desta forma pode de acordo com a assessoria de comunicação existem treze servidores efetivos, adicionado um delegado assistente, e nove profissionais de recrutamento amplo.

Assim dos efetivos, além do delegado, quatro são Investigadores da Polícia Civil, com formação superior em Jornalismo, Relações Públicas, Ciência da Informação e Sociologia. Cada servidor atende as necessidades do órgão de acordo com sua formação. O delegado assistente colabora para o auxílio dos servidores, agregando valores, e especificando as situações voltadas ao direito, tendo em vista sua formação acadêmica.

Os outros nove servidores são cinco jornalistas, um produtor editorial, um relações públicas, um publicitário e um colaborador formado em Tecnologia em Processos Gerenciais. Estes ficam no trabalho diário na produção de matérias, contatos com a imprensa, editoração de conteúdos, apoio a entrevistas e coletivas e também diagramação do conteúdo voltado à comunicação social.

Entre os profissionais de recrutamento amplo, podem ser observados que cinco são jornalistas (um deles formado também em Publicidade e Propaganda), um designer gráfico, um relações públicas, outro publicitário e um historiador. Esta equipe responsável por cobrir todo o conteúdo institucional, agendando reuniões, auxiliando na produção de matérias, criando vínculos institucionais com demais órgãos.

Com proposta de atender a grande demanda de notícias diárias as equipes de atendimento à imprensa, geram apoios entre todos os outros servidores da assessoria. Cotidianamente fazem escalas de horário, revezamento para que a produção de mídias, relações públicas, cerimonial e Comunicação Visual, fiquem com profissionais com qualidade de trabalho e exercícios diários dos trabalhos forma integrada.

Na entrevista fica claro que para que estas escalas e revezamento não tenham falhas, os colaboradores da Assessoria de Comunicação da Polícia Civil de Minas Gerais são subordinados administrativamente ao delegado assistente. Este é o assessor chefe e responsável técnico por todas as equipes, sejam elas: Comunicação Visual, Produção de Mídias, Relações Públicas, Cerimonial e de Imprensa. Já para o trabalho de coordenação, o assessor estabelece o apoio de coordenadores nas áreas de Imprensa e Relações Públicas e Cerimoniais.

Desta forma os assessores de comunicação ficam responsáveis por desenvolvimento, produção de materiais impressos, diagramação e editoração eletrônica. Estas atividades da Ascom também possuem o foco de aprimoramento dos projetos gráficos contínuos, destacando sempre o acompanhando e as evoluções dos meios tecnológicos voltados a justiça criminal e segurança pública.

Aprofundando neste tema, de acordo com assessoria de comunicação da PCMG, os servidores da assessoria de comunicação realizam tratamento de imagem adaptando melhor qualidade, fechamento de arquivos e acompanhamento gráfico, produção de

materiais eletrônicos, e-marketings, newsletters, hotsites e cartões, produção de vídeos de baixa complexidade, desenvolvimento de identidade e comunicação visual, planejamento e execução de eventos e solenidades, cobertura jornalística, com fotos e vídeos, quando for o caso, dos trabalhos de Polícia Judiciária e dos eventos dos órgãos e unidades policiais, com redação de matérias jornalísticas e distribuição de informações à imprensa.

Além disso, os assessores suprem o atendimento do Portal da Transparência, do Fale Conosco, Atende Cidadão, elaborando respostas para o cidadão solicitante público externo, além do assessoramento direto às chefias e policiais nos contatos com a Imprensa.

Fica visível nestas atividades da assessoria de comunicação, aqui supracitadas, que a demanda necessita também de maior número de funcionários. O assessor de comunicação da Ascom esclarece que não existe um programa específico, mas os colaboradores buscam se capacitar constantemente, através da educação continuada, além de desenvolver novas habilidades e competências adquiridas na rotina de trabalho, com permanente estímulo da chefia.

Referente às demandas e observando em termos de registros os atendimentos da assessoria de imprensa da Polícia Civil todos os dados produzidos e colhidos são relatados em planilhas online, chegando em média a setenta diários. O cerimonial periodicamente organizar quatro eventos e solenidades por mês. O núcleo de Produção de Mídias publica dez matérias na intranet por dia e republicam as que são de interesse do público externo no site oficial, e também nas redes sociais no Facebook, informações estas cedidas em entrevista.

De acordo com o levantamentos da assessoria de comunicação o setor da assessoria de comunicação também recebe e responde cerca de 350 questionamentos

através do Portal da Transparência e do Fale Conosco, Atende Cidadão. Já o núcleo de Comunicação Visual não possui uma média constante, pois atende todos os órgãos e unidades de Minas Gerais.

Observando esta média de atendimentos diários as demandas que chegam da imprensa são referentes a fatos ocorridos nos 853 municípios do estado. Os jornalistas que estabelecem contato com a Ascom solicitam imediatismo nas respostas, entendo que estes profissionais trabalham, sobretudo com notícias factuais e precisam fechar as matérias o mais rápido possível para as publicações e veiculações diárias no rádio, TV e portais.

Uma das formas de tentar atender a demanda dos jornalistas por imediatismo nas respostas observando à necessidade de fechamento de matérias as respostas da própria assessoria de comunicação é estabelecida com o prazo máximo duas horas, em média. Observando que este período pode variar tendo em vista a complexidade do caso ou a necessidade de fontes do próprio órgão, segundo o assessor de comunicação da PCMG.

Para garantir os prazos sempre há um assessor de imprensa atuando nos plantões durante os feriados e finais de semana, mas o trabalho não é feito no próprio ambiente da assessoria, e sim em locais livres que possam favorecer o contato da própria imprensa, e proximidade do assessor com a notícia proposta.

Referente aos demais prazos para respostas da assessoria de comunicação fora da imprensa, que estes são em média de duas horas, os assessores analisam as sugestões de pauta elaboradas que devem atender os critérios de noticiabilidade, concomitantemente com o trabalho da imagem institucional. Todos os eventos programados, normalmente atendem datas previamente estipuladas, tendo que executar todo o cronograma. As respostas dos atendimentos aos cidadãos atendem prazo de dois

a 10 dias. Segundo o entrevista as demandas de comunicação visual têm um prazo negociado com os demandantes e o fluxo de prioridade é acertado com a chefia.

A instituição busca trabalhar com transparência na divulgação de informações, já que se trata de uma instituição pública e que deve prestar contas à sociedade. Entretanto, as informações são fornecidas até o limite de preservar o desenvolvimento do trabalho policial, sendo que cada caso é analisado de forma a manter aberto o canal de relacionamento entre a instituição e o cidadão, sem prejuízo da ação investigativa.

Com o detalhamento das funções da assessoria é interessante compreender o seu objetivo principal que é facilitar o contato da Polícia Civil com a sociedade. Neste objetivo se encaixa suas funções diárias seja por meio da Imprensa, dos eventos institucionais e atendimento direto ao cidadão, dando transparência às ações de Polícia Judiciária e contribuindo para o fortalecimento da imagem da instituição no Sistema de Justiça.

7. CONCLUSÃO

A Assessoria de Comunicação Social da Polícia Civil de Minas Gerais é regida pela a resolução nº 7.520, de 15 de maio de 2013, da PCMG, nela esta inserido as formas de como devem ser feitas os procedimento de veiculação de informações das atividades do próprio órgão.

A metodologia implantada pela Assessoria de Comunicação visa atender os quesitos institucionais da sua organização. Contribuindo de forma sistemática para disseminação da informação sobre tudo na execução das operações e resultados obtidos pela própria polícia civil que sejam de interesse da sociedade e também da mídia.

A garantia da visibilidade, transparência e credibilidade são metas da assessoria de comunicação. As respostas dos questionamentos das mídias são feitas de forma a atender o prazo dos fechamentos das matérias, jornais. Observando a complexidade dos fatos ocorridos e também para garantir posicionamento à assessoria trabalha utilizando o conhecimento da comunicação social e direito.

A assessoria de comunicação da Polícia Civil de Minas Gerais encontra-se atualmente centralizada na Cidade Administrativa e próximo da chefia policial. Essa proximidade promoveu um avanço importante observando que normas e metas podem ser discutidas no próprio ambiente físico, evitando desperdícios de tempo, e acelerando o processo de desenvolvimento de informações a mídia.

Núcleos espalhados pelo estado e também em delegacias especializadas necessitam de informações, são aparados por esta assessoria centralizada. Observando que em alguns destes núcleos os próprios agentes de segurança pública são os assessores que enviam conteúdos, que são adaptados pelos profissionais de comunicação pública para a publicação nas mídias.

Outro fator importante observado é a qualificação da equipe na ação das atividades proposta pela Polícia Civil de Minas Gerais. Formados em nível superior a equipe envolvida possui suas graduações específicas de acordo com a necessidade dos trabalhos apresentados, sendo jornalistas, relações públicas, publicitários, historiadores. Todos estes profissionais são coordenados por um delegado que funciona como suporte tendo em vista sua formação em direito.

Pode-se destacar como bem-sucedida a regulamentação interna dos assessores que estabelecem prazos para respostas da imprensa, produção de eventos, e conteúdos para o público interno e externo. Este tipo de conduta estimula o interesse da própria imprensa e também creditam posicionamento do órgão em vista as necessidades informacionais.

Conteúdos sigilosos também são tratados de forma direta, observando que algum tipo de informação divulgada pode atrapalhar o desenvolvimento dos trabalhos policiares, é informado em nota pela própria assessoria que os dados estão sob investigação, aguardando materialidade, modo, e autoria e assim que definidos são divulgados de forma ampla a toda imprensa através de releases.

Em termos numéricos de profissionais, é temerário garantir que seja o suficiente. Tendo em vista a quantidade cotidiana de informações instrucionais, eventos, e também das demandas da imprensa que buscam imediatismo nas respostas, observando que o Estado de Minas Gerais possui grande extensão geográfica o que dificulta obter informações precisas de forma momentânea.

Esta monografia apresentando a assessoria de comunicação da Polícia Civil de Minas Gerais demonstrou as atividades, linguagens, formas e demandas utilizadas. E

que esta inserida em um local importante no organograma do próprio órgão. Cujas finalidade é atender os anseios por informações ligadas aos trabalhos investigativos.

Destarte através da análise realizada, e os assuntos trazidos ao longo desta atividade monográfica, é possível compreender que dentro do órgão da Polícia Civil de Minas Gerais, existe um setor responsável por toda a demanda de projeções de informações. A assessoria de comunicação estabelece vínculos com seus servidores, e propaga os resultados e ações do órgão de forma cotidiana para a mídia, a fim de esclarecer dúvidas na tentativa de garantir fortalecimento e credibilidade da imagem da própria Polícia Civil de Minas Gerais.

8. REFERÊNCIAS

ANGELONI, M.T. **Comunicação nas organizações da era do conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2010.

BEAL, Adriana. **Gestão estratégica da informação** – como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações. São Paulo: Atlas, 2004.

BRASIL.1941, **Decreto-Lei Nº 3.689, de 3 de Outubro de 1941.-** CPP. Livro I

BRASIL, 1994, **Lei 8.906/94** – Estatuto da Advocacia e a Ordem dos Advogados do

BRASIL. **Constituição (1988) Constituição da República Federativa do Brasil**.

Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. P.292.

BRASIL, Constituição, 1988 Lei 49/2008 de 27 de Agosto

CARVALHO, A. V.; Serafim, **Administração de recursos humanos**. 2 ed. São Paulo: Pioneira, 1995.

CUNHA, J.S. Fagundes; BALUTA, José Jairo. **O processo penal à luz do Pacto de São José da Costa Rica**. 4. tir. Curitiba: Juruá, 2003.

DAVENPORT, Thomas H. **Ecologia da informação** – porque só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. 6ª Ed. São Paulo: Futura, 1998.

DUARTE, Jorge (org). **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia** – Teoria e Técnica. São Paulo: Atlas 2002

- FILGUEIRAS, Fernando. **Além da transparência:** accountability e política da publicidade. LuaNova, 2011.
- GIL, Antônio Carlos. **Administração de recursos humanos:** um enfoque profissional. São Paulo: Atlas, 1994.
- KOTLER, Philip. **Administração de Marketing:** a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- KUNSCH, Margarida Maria K. **Comunicação Organizacional:** histórico, fundamento e processos. Vol.1, São Paulo; SP: Saraiva, 2009
- KUNSCH, Margarida Maria K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** 2. ed. São Paulo: Summus, 2002.
- KUNSCH, Margarida Maria K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** São Paulo: Summus, 2003.
- ROSA, Antônio José Miguel Feu. **Processo Penal. Brasília: Consulex,** 2000, p. 123
- SANTIN, Valter Foletto. **O ministério público na investigação criminal.** 2. ed., rev. e ampl. Bauru: EDIPRO, 2007. p351.
- TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de comunicação organizacional e política.** 2 ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- LAGO, Cláudia e BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em Jornalismo.**
- LASSWELL, Harold. **Propaganda techniques in world war.** Massachussets: MIT Press, 1971.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Pesquisa em comunicação** - Formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 2001

LOPES, Rogério Antônio. **Ética e Transparência no serviço público**. Texto elaborado para o Curso de Operadores de Segurança Pública, Escola de Governo da FJP / Escola de Governo do Pará, Belém, 2004.

LUPERTI, Marcélia. **Planejamento de comunicação**. SP: Futura, 2000.

MANUAL DE ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO/ IMPRENSA. Brasília, 2007b.

MINAS GERAIS. Constituição do Estado, 1989.

MINAS GERAIS, **Lei nº 129 de 08/11/2013 - Lei Orgânica da Polícia Civil do Estado de Minas Gerais** - PCMG

MINAS GERAIS, Resolução nº 7.520, de 15 de maio de 2013.

MORIN, E. **Problemas de uma epistemologia complexa**. In: MORIN, E. O problema epistemológico da complexidade. 3. ed. Mem Martins (Portugal): Publicações Europa-América, 2002.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. **O papel institucional da comunicação pública para o sucesso da governança**. IN: Organicom – Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Ano 3, série 4, jan.2006.

WEIL, Pascale. **De la empresa a la institución. La comunicación global-comunicación institucional y de gestión**, Barcelona: Paidós, 1992.

ZÉMOR, Pierre - **“La Communication Publique”**, PUF, Paris, 1995.

Internet:

AGUIAR, Priscile Amorin de. **Credibilização dos Meios**: Uma Análise histórica e social do processo, avaliando o papel do tempo na construção de confiança, 2012.

Disponível em:

http://www2.metodista.br/unesco/ecom2013/GT5/16.Priscile%20Aguar_Credibiliza%C3%A7%C3%A3o%20dos%20Meios.pdf Acesso em: 17.Set.2014

ANTÔNIO, Thiago, **O processo de comunicação dentro da empresa**. Esta pesquisa define a importância da comunicação como ferramenta estratégica para o crescimento organizacional. 5. Julho. 2011. Disponível em:

<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/o-processo-de-comunicacao-dentro-da-empresa/56412/> Acesso em: 25.Out.2014

BERALDO, Cristina Elisabeth Arnold. **Comunicação Interna Como Fator**

Estratégico nos Processos de Mudança,1996. Disponível em: <http://www.portal-rp.com.br/projetosacademicos/conceituais01/0002.htm> Acesso em: 29.Out.2014

BRASIL,1940 **DECRETO-LEI Nº 2.848, DE 7 DE DEZEMBRO DE 1940**, disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848.htm, acesso em 07 outubro de 2014.

BRASIL, 1994 **Lei 8.906/94 – Estatuto da Advocacia e a Ordem dos Advogados do**

Brasil. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18906.htm, acesso em 04 de setembro de 2014.

BRASIL, 1940, **Código Penal Brasileiro**, CPB , Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848.htm, acessado em 08 de agosto de 2014.

CARVALHO, Edson. Teoria Hipodérmica. Disponível em:

<http://pt.slideshare.net/raquelboreli/teoria-hipodrmica-7061949> Acesso em: 25.Out.2014

COSTA, Juliana dos Santos Ferreira. Comunicação Pública, **Assessoria de Imprensa e Compromisso com a Cidadania: O Caso IFPE**, 2012. Disponível em

<http://www.bocc.uff.br/pag/costa-juliana-comunicacao-publica-assessoria-de-imprensa.pdf> Acesso em: 29.Out.2014

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública**. Disponível em:

<http://www.jforni.jor.br/forni/files/ComP%C3%BAblicaJDuartevf.pdf> Acesso em: 04.Nov.2014

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de ética dos Jornalistas Brasileiros**. Vitória, 2007a. Disponível em:

http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf . Acesso em: 25.Out. 2014.

FENAJ. **Manual de Assessoria de Imprensa**. 4. Ed. Brasília: Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais (FENAJ), 2007. Disponível em :

http://www.fenaj.org.br/mobicom/manualde_assessoria_de_imprensa.pdf . Acesso em: 25. Out. 2014

FERREIRA, COSTA, SANTOS. **Comunicação Organizacional em Orgão Público:**

Uma abordagem sobre a comunicação interna na prefeitura de Extremó(z)z(RN).

Disponível em:

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5jZtH7svoI4J:repositorio.unp.br/index.php/quipus/article/download/288/272+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>

Acesso em: 04.Nov.2014

GURJÃO, Olivia. **Política de Comunicação Institucional: Política Pública de Comunicação.** Disponível em: http://www.al.sp.gov.br/StaticFile/ilp/olivia_gurjao.pdf
Acesso em: 29.Out.2014

<http://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticias/policia-civil-lanca-novo-modulo-da-delegacia-virtual-para-registro-de-danos-simples/> Acesso em: 12.Nov.2014

<http://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticias/policia-civil-anuncia-inicio-de-operacoes-da-delegacia-virtual-nesta-quarta-feira/> Acesso em: 12.Nov.2014

JACOMINI, Luciana. **O papel da Comunicação nas Organizações.** Revista NPi/FMR - Núcleo de Pesquisa Interdisciplinar. Faculdade de Agudos – FAAG. Disponível em: http://www.fmr.edu.br/npi/npi_papel_com_org.pdf Acesso em: 04. Out. 2014

LEMOS, André. **Mídia Locativa e Territórios Informacionais.** Disponível em: http://culturaderede.pbworks.com/f/midia%20locativa_andre%20lemos.pdf Acesso em: 29.Out.2014

LODI, Marluce Dantas de Freitas. **Uma Análise do Discurso Publicitário do Conselho Nacional de Justiça.** Dissertação apresentada junto ao mestrado em administração da Escola de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Administração, 2011. Disponível em: http://www2.unigranrio.br/pos/stricto/mest-adm/pdf/dissertacoes/dissertacao-marluce_dantas_de_freitas_lodi.pdf Acesso em: 29. Out. 2014

LOPES, Poliana. **A Importância da Assessoria de Imprensa nos Órgãos Públicos: O Caso da Prefeitura de Feliz, 2007.** Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopes-poliana-a-importancia-da-assessoria-de-imprensa.pdf> Acesso em: 17.Set.2014

MATOS, Heloiza. **Propaganda Governamental e Redemocratização no Brasil 1985-1997**, 1999. Disponível em:

[\http://www.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/projetosdepesquisa01/0102.htm#_edn5](http://www.portalrp.com.br/bibliotecavirtual/projetosdepesquisa01/0102.htm#_edn5)

Acesso em: 29Out.2014

MELO, Vanessa Pontes Chaves. **A comunicação interna e sua importância nas organizações**, 2006. Disponível em: <http://www.acmcomunicacao.com.br/wp-content/midias/A-comunicacao-interna-e-sua-importancia-nas-organizacoes-Vanessa-Pontes-Chaves-de-Melo.pdf> Acesso em: 04. Out.2014

MORAIS, Emerson Mota Pereira de. **Assessoria de Imprensa**, 2014. Disponível em: <http://emgeonline.com.br/chave-para-neg%C3%B3cios/assessoria-de-imprensa> Acesso em: 16.Ago.2014

MORENO, Ana Carolina. **Guia de carreiras: jornalismo** O repórter registra os fatos, com o compromisso da busca da verdade. Internet ampliou as oportunidades de trabalho na área da comunicação,2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/educacao/guia-de-carreiras/noticia/2012/08/guia-de-carreiras-jornalismo.html> Acesso em: 17.Set.2014

MOREIRA, Adriana. **O segredo não é mais a alma do negócio Comunicação empresarial e as novas tecnologias da informação**, 2011. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/moreira-adriana-comunicacao-empresarial.html> Acesso em: 17.Set.2014

PORTO, Gabriella. **Teoria Hipodérmica**. Disponível em: <http://www.infoescola.com/comunicacao/teoria-hipodermica/> Acesso em: 04.Nov.2014

SANTOS,COSTA,TRUSS. **Relações publicas na gestão empresarial: A comunicação interna como fator determinante para o alcance dos objetivos estratégicos da Sercomtel**,

2006. Disponível em:

<http://www.portalrp.com.br/projetosacademicos/organismospublicos01/0074.pdf>

Acesso em: 29.Out.2014

SCOLARI, Edson Ricardo Filho. **O processo de concentração midiática e o seu impacto na consolidação do Estado Democrático de Direito**, Dez.2012. Disponível

em: [http://jus.com.br/artigos/23695/o-processo-de-concentracao-midiatica-e-o-seu-](http://jus.com.br/artigos/23695/o-processo-de-concentracao-midiatica-e-o-seu-impacto-na-consolidacao-do-estado-democratico-de-direito)

[impacto-na-consolidacao-do-estado-democratico-de-direito](http://jus.com.br/artigos/23695/o-processo-de-concentracao-midiatica-e-o-seu-impacto-na-consolidacao-do-estado-democratico-de-direito) Acesso em: 14.Out.2014

SPECK, Bruno Wilhelm. **Caminhos da Transparência**. Disponível em:

https://bvc.cgu.gov.br/bitstream/123456789/2567/1/caminhos_da_transparencia.pdf

Acesso em: 17.Set.2014

Anexos:

Resolução número 7.520, de 15 de maio de 2013.

Entrevista