



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE INTEGRAÇÃO DE AULAS - CIA  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO - DECOM  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO**

**ELTON KLEVER DE OLIVEIRA**

**GESTÃO DE COMUNICAÇÃO INTERNA DO 9º BATALHÃO DE POLÍCIA  
MILITAR DA PARAÍBA**

**CAMPINA GRANDE - PB  
2018**

**ELTON KLEVER DE OLIVEIRA**

**GESTÃO DE COMUNICAÇÃO INTERNA DO 9º BATALHÃO DE POLÍCIA  
MILITAR DA PARAÍBA**

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade de artigo científico, apresentado ao curso de Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial á obtenção do título de jornalista.

Área de concentração: Comunicação Organizacional

Orientadora: Prof. Me. Maria de Fátima  
Cavalcante Luna.

CAMPINA GRANDE - PB

2018

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

O48g Oliveira, Elton Klever de.  
Gestão de comunicação interna do 9º Batalhão de Polícia Militar da Paraíba [manuscrito] : / Elton Klever de Oliveira. - 2018.  
27 p. : il. colorido.  
Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2018.  
"Orientação : Profa. Ma. Maria de Fátima Cavalcante Luna, Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."  
1. Comunicação organizacional. 2. Recursos humanos. 3. Comunicação interna. 4. Assessoria de comunicação.  
21. ed. CDD 658.45

ELTON KLEVER DE OLIVEIRA

GESTÃO DE COMUNICAÇÃO INTERNA DO 9º BATALHÃO DE POLÍCIA MILITAR  
DA PARAÍBA


Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade de artigo científico, apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel pelo curso de comunicação social com habilitação em jornalismo da universidade estadual da Paraíba.

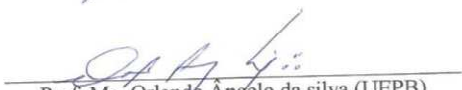
Área de concentração: Comunicação Organizacional.

Aprovada em: 20/06/2018.  
Ass: LOO

**BANCA EXAMINADORA**

  
Prof. Me. Maria de Fátima Cavalcante Luna (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof. Dr. Ingrid Farias Fechine  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

  
Prof. Me. Orlando Ângelo da Silva (UEPB)

A minha família e os amigos de verdade, pela  
dedicação, companheirismo e amizade, DEDICO.

## **AGRADECIMENTOS**

À coordenação do curso de Jornalismo, por seu empenho.

À professora Maria de Fátima Cavalcante Luna, pelas leituras sugeridas ao longo dessa orientação e pela dedicação.

Ao meus pais e avós pela compreensão por minha ausência nas reuniões familiares.

Aos professores do Curso de Jornalismo da UEPB, que contribuíram ao longo desse tempo cursado, por meio das disciplinas e debates, para o desenvolvimento desta pesquisa.

Aos funcionários da UEPB, pela presteza e atendimento quando nos foi necessário.

Aos colegas de classe pelos momentos de amizade e apoio.

“Para nos comunicarmos efetivamente, devemos compreender que somos todos diferentes na maneira como vemos o Mundo, e usar esse entendimento como guia para a nossa comunicação com os outros”

Anthony Robbins.

## SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO .....	08
2.	CONCEITOS TEÓRICOS SOBRE A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL .....	10
2.1.	O DRH. ....	11
2.2.	O PAPEL DAS ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO. ....	12
3.	BREVE HISTÓRICO DA POLICIA MILITAR DA PARAÍBA. ....	13
3.1.	CRIAÇÃO DO 9º BATALHÃO DE POLICIA MILITAR DA PARAÍBA. ....	13
3.2.	ESTRUTURA DO 9º BATALHÃO DE POLÍCIA MILITAR DA PARAÍBA. ....	13
3.3.	O DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS DO 9º BATALHÃO. ....	14
3.4.	INFRAESTRUTURA DA ASSESSORIA DO 9ºBATALHÃO. ....	14
4.	NORMAS DE COMUNICAÇÃO DO 9º BATALHÃO DE POLÍCIA MILITAR. ....	14
4.1.	PORTARIA PMPB. ....	15
4.2.	OFICIO PMPB. ....	15
4.3.	MEMORANDO PMPB. ....	16
4.4.	REQUERIMENTO PMPB. ....	17
4.5.	PARTE PMPB .....	18
5.	ANÁLISE DOS DADOS.....	19
6.	ANEXOS. ....	21
7.	CONSIDERAÇÕES FINAIS. ....	25
8.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS. ....	26



## GESTÃO DE COMUNICAÇÃO INTERNA DO 9º BATALHÃO DE POLÍCIA MILITAR DA PARAÍBA

OLIVEIRA, Elton Klever de<sup>1</sup>

### RESUMO

Este artigo analisa a comunicação interna do 9º Batalhão de Polícia Militar da região do curimataú Paraibano. Nele averigua-se a comunicação organizacional interna pautada nos teóricos como Kunsch.(2003), Tavarers.(2009), Bordenave.(2008), Kotle.(1998). Além do breve histórico e estrutura da instituição, apresentamos o departamento de recursos humanos, a infraestrutura da assessoria de imprensa e suas normas de comunicação que são regulamentadas e específicas da corporação, realizadas através de modelos documentais como; O ofício PMPB, o memorando PMPB, o requerimento PMPB e a parte PMPB, o que facilita o trabalho e organização dos setores responsáveis. Por fim observando-se como a assessoria de comunicação da entidade utiliza as redes sociais para interagir e informar a população sobre as atividades policiais militares na região e como seus colaboradores são instruídos.

**Palavras-Chave:** Comunicação organizacional, Departamento de recursos humanos, comunicação interna 9º Batalhão da Polícia Militar da Paraíba.

### 1 INTRODUÇÃO

O trabalho realizado enfatiza a gestão de comunicação do 9º Batalhão de Polícia Militar da Paraíba, onde será abordado seu histórico e estrutura, apresentando a sua comunicação organizacional que conta com o departamento de recursos humanos, infraestrutura da assessoria e suas normas internas de comunicação.

A globalização nesse século XXI, vem modificando comportamento e as instituições tendem a modificar as suas formas de comunicação com os seus diversos públicos. “A comunicação serve para que as pessoas se relacionem entre si, transformando-se mutuamente e a realidade que os rodeia. Sem a comunicação cada pessoa seria um mundo fechado em si mesmo” (BORDENAVE,1997. p,36).

A comunicação verbal e não-verbal, faz parte do cotidiano do ser humano. Assim acontece nas repartições tanto públicas, privadas ou não governamentais quando se busca uma forma adequada para preservar as relações interpessoais.

---

<sup>1</sup> Elton klever de oliveira, Graduando em Comunicação social Na Universidade Estadual da Paraíba – Campus I.  
Email: eltonklever@gmail.com.br

“As várias formas de comunicação organizacional como objetivo de pesquisa, é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno organizacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre organização e seus diversos públicos”. (KUNSCH,2003.p,149).

A comunicação organizacional, pode ser aplicada em qualquer organização, não se restringindo a sua esfera e sendo toda e qualquer ação, atividade, estratégica, e produtos tomados pela entidade para reforçar a sua imagem junto a todos os seus públicos de interesse.

“A comunicação institucional, é caracterizada por um conjunto de ações que visa divulgar informações aos públicos de interesse sobre os objetivos, praticas, políticas e ações institucionais da organização. O objetivo principal é construir, manter ou melhorar a imagem da empresa no mercado perante esses públicos”. (TAVARES, 2009. p,60).

Essa comunicação institucional difere na abordagem e estratégia de cada um dos indivíduos dentro das organizações, e suas respectivas mídias no ambiente interno e externo, assim mantendo uma boa imagem empresarial. O assessor de comunicação, mantém boas estratégias com os meios de comunicações, pois é indispensável um bom relacionamento com a imprensa.

“Internamente, as publicações fortalecem o espírito de solidariedade e promovem certos ideais, como o companheirismo, estímulo, ensinamento, dedicação, entre outros. Externamente, as publicações projetam a boa imagem de empresa, mostrando sua organização, seus produtos, sua qualidade, suas técnicas”. (RÊGO, 1986. P,119).

A comunicação interna se destaca por despertar a confiança e comprometimento entre seus colaboradores, motivando e estimulando o desenvolvimento de cada profissional, assim criando um clima organizacional agradável, melhorando a produtividade.

No tocante ao marketing, (KOTLE, 1998, p.31), conceitua como “ a atividade humana dirigida para a satisfação das necessidades e desejos, através de um processo de troca”, ou seja, dentro de um mercado. Para ele, o marketing busca atendimento da satisfação dos consumidores através das transações comerciais, que de maneira abreviada, consistem da relação de pelo menos um comprador e um vendedor – empresa – cliente.

O marketing, é um processo social comercial que visa a satisfação das necessidades das pessoas, isso acontece por meio da troca de produtos e serviços, gerando um valor para ambas as partes.

Na atualidade, as empresas buscam sucesso a todo custo e a comunicação é considerada uma importante ferramenta de poder das gestões empresariais, assim favorecendo o equilíbrio e o desenvolvimento das organizações. Contudo, deve sempre ser planejada de forma estratégica visando impulsionar e assessorar colaboradores na conquista dos melhores resultados. Tudo isso consiste em criar uma imagem positiva para a empresa possibilitando uma tomada ascendente de rumos a serem almejados.

Enquanto policial formado no segundo batalhão de Polícia Militar da Paraíba há seis anos e estudante de jornalismo, percebo como a comunicação é de fundamental importância para o desenvolvimento das ações na sociedade de forma ampla, além de elementos de orientação referentes as regras internas e seguindo assim, a disciplina e o respeito a hierarquia que devem ser mantidas em todas as circunstâncias da vida entre policiais militares e a sociedade. Diante disso, ao fazermos o curso de jornalismo na UEPB e pagarmos disciplinas como; Assessoria de Imprensa; Comunicação Organizacional e Sistemas de Comunicação, surge nosso interesse em analisar de que forma, a teoria adquirida ao longo desses seis anos, são evidenciados no cotidiano da corporação, já que, observa-se um constante alinhamento nas informações recebidas. Pautados nos autores Bordenave(2008), Kunsch(2003), Tavares(2009), Kotle(1998), analisaremos a comunicação interna do 9º Batalhão da Polícia Militar da Paraíba.

Elencando de que forma foram regulamentadas e aprovadas e assim verificamos de que forma são postas em prática. A partir das colocações destacadas pode se inferir que, na realidade, na história dessa unidade militar, a comunicação é desenvolvida de acordo com as normas específicas da corporação, como; memorando PMPB, requerimento PMPB, parte PMPB (documento exclusivo da polícia militar) e ofícios internos e externos PMPB, conforme regulamentos pela instituição. Também é usado um sistema de rádio de comunicação digital e páginas nas redes sociais como mostra os anexos.

parte inferior, indicar a fonte consultada (obrigatoriamente, mesmo que seja produção do próprio autor).

## **2. CONCEITOS TEÓRICOS SOBRE A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL.**

De acordo com os estudos, percebemos que dependendo do autor, existe variações de entendimento dos conceitos, com o intuito de simplificar algumas teses, frisaremos alguns autores relevantes, para conceituar a comunicação organizacional.

“Comunicação organizacional, como objeto de pesquisa é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno organizacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento, e o processo de comunicação entre a organização e seus diversos públicos, fenômeno inerente aos agrupamentos de pessoas que integram uma organização ou a ela se ligam. A comunicação organizacional configura as diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade”. (KUNSCH,p.149).

“No âmbito dos processos internos de uma organização, temos: a comunicação administrativa é aquela que envolve as mensagens normativas com o intuito de orientar o fluxo de atividade; A comunicação cultural a qual está relacionada aos climas internos, e o Sistema de Informação que consiste no armazenamento das informações de um banco de dados”. (TORQUATO, 2002,p,52).

Segundo Santos, podemos definir “comunicação organizacional, basicamente como aquela comunicação dirigida ao público relacionado a organização (direta ou indiretamente) e que subentendem uma comunicação interna, direcionada a funcionários e colaboradores em geral, e uma comunicação externa, direcionada aos clientes, sociedade, acionistas, fornecedores e outros públicos de interesse da organização”. (SANTOS,2008.p,2)

Há que ressaltar, que para entender a forma como essa comunicação é desenvolvida e recebida, é necessário analisar o processo pelo qual a mensagem passa. Dessa forma, o primeiro passo para a efetivação da comunicação em qualquer organização é a elaboração de um planejamento de comunicação organizacional.

## 2.1 O DRH

A área de Recursos Humanos, “RH” surge no fim do século XIX após a revolução industrial com intuito de resolver os conflitos, entre os objetivos das empresas e os objetivos pessoais dos funcionários, visando adequar as necessidades do homem, ao ritmo de produção industrial em benefício de uma maior produtividade. Hoje os profissionais de recursos humanos que atuam em empresas de todos os portes trabalham para atração, desenvolvimento e retenção de talentos.

”A partir da década de 70, é que então surgiu o conceito de administração de Recursos Humanos, embora ainda havendo problemas por não conseguirem mudar completamente a ideia da importância das pessoas dentro da organização e ainda continuar vendo os trabalhadores como apenas recursos produtivos”. (CHIAVENATO, 2008. p.18).

É comum as instituições terem seus departamentos de recursos humanos - DRH - para recrutar, selecionar e encaminhar os indivíduos em suas funções específicas. O departamento de

RH visa no tocante das relações interpessoais nas empresas, a lançar mão das técnicas de endomarketing para promover e suscitar o bem-estar do colaborador. As práticas de endomarketing constituem um processo interno, explicitado na própria formação da palavra “endo” deriva da palavra grega “éndon e quer dizer ação interior ou movimento para dentro”, desta forma quer dizer “marketing para dentro” que consiste na utilização de conceitos de marketing voltados para o público interno das organizações.

“ Os funcionários são fontes de pesquisa para as empresas que desejam satisfazer seus clientes pois para enfrentar a competitividade não basta apenas vender produtos, e sim, prestar serviços eficientes”. (BEKIN, 2004, p.51).

Como técnicas de endomarketing, destacamos que deve haver um planejamento de iniciativas, para assim delimitar objetivos a serem alcançados para que não se perca o foco. Portanto, inicialmente é preciso fazer um diagnóstico das condições internas das organizações, feito isso é hora de analisar essas informações e elaborar um plano de ação, depois definir estratégias que podem ir desde programas motivacionais e treinamentos de mudanças de setor.

## 2.2 O PAPEL DAS ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO

Estabelecer um diálogo entre a empresa e seus diversos públicos é de fundamental importância para qualquer instituição que pretende atingir seus objetivos e concomitantemente satisfazer a vontade desses públicos. Para isso, profissionais de comunicação que atuam em assessorias de comunicação tem estratégias e a capacidade de lidar com os vários públicos.

“As assessorias têm o papel de preparar a redação e distribuição de relises e notas aos veículos de comunicação, divulgando as atividades da entidade; contatos com emissoras de rádio e televisão para agendar a participação de representantes da entidade em programas; distribuição de pautas para os veículos, sugerindo matérias nas quais a entidade torne-se fonte de informação; outras ações especiais de comunicação, de acordo com as atividades e necessidades do cliente”. (FERRARETTO,2000,p.38).

“As Relações Públicas trabalha promovendo e administrando relacionamentos e, muitas vezes, mediando conflitos, valendo-se, para tanto, de estratégias e programas de comunicação de acordo com os diferentes situações reais do ambiente social”.(KUNSCH,2003,p.90).

O assessor de imprensa, é o responsável em fazer ponte com a mídia com o objetivo de atrair a imprensa com fatos positivos da organização a qual trabalha, além de ser um facilitador de relacionamento entre empresa e a mídia com o envio frequente de informações.

### **3. BREVE HISTÓRICO DA POLÍCIA MILITAR DA PARAÍBA**

A Polícia militar da Paraíba foi criada em 3 de fevereiro de 1832, portanto, esta instituição está completando 185 anos de serviços à sociedade paraibana. O primeiro efetivo da corporação foi de 50 homens, sendo 35 a pé e 15 à cavalos. O primeiro quartel dessa organização foi o Convento do Carmo, edificação ao lado da igreja do bispo, onde atualmente está sediado o instituto padre José Coutinho, no centro de João Pessoa.

#### **3.1. A CRIAÇÃO DO 9º BATALHÃO DA POLÍCIA MILITAR DA PARAÍBA**

A necessidade da criação de um Batalhão de Polícia Militar no Estado a Paraíba, e consequentemente incremento do efetivo policial militar suficiente à operacionalização dos serviços prestados à população do Curimataú e Seridó paraibanos, tornando-se eficientes para a finalidade precípua de segurança pública e bem-estar social, faz surgir o 9º batalhão de polícia militar instituído através da Lei complementar nº 087, de 02 de dezembro de 2008, e efetivada no dia 12 de novembro de 2010 por Ato do Excelentíssimo Senhor governador do Estado da Paraíba, José Targino Maranhão, através do decreto nº 31.778.

Orgão executor da PMPB subordinado diretamente ao comando do policiamento regional 1 – (cpr1), tem sua origem no 2º batalhão de polícia militar – (2º BPM), “o guardião do planalto da borborema”, quando ainda funcionava com título de 6ª companhia daquela unidade operacional. Nos anos de 2010 passou a denominar-se 5ª companhia do recém-criado 10º batalhão de polícia militar da cidade de campina grande, quando em novembro desse mesmo ano passou à categoria de batalhão de polícia militar sob o comando do Sr. TC QOC. Geraldo Ramos de Sousa, atualmente se encontra sob a responsabilidade do se. TC. QOC Afonso Antônio Galvão, Com sede prevista a funcionar na cidade de Picuí, o 9º BPM se encontra temporariamente instalada na cidade de Cuité. Atualmente possui um efetivo de 180 policiais e a sua área de atuação corresponde à parte do Curimataú e do Seridó paraibano, abrangendo as cidades: Baraúna; Barra de Santa rosa; Cubatí; Cuité; Damião; Frei Martinho; Nova floresta; Nova palmeira; Pedra lavrada; Picuí; São Vicente do Seridó e Sossego, cobrindo assim uma extensão territorial de 3.937 km<sup>2</sup>, com uma população estimada em 112 mil habitantes. Economicamente, a região se destaca pela mineração, indústria de cerâmica e agricultura familiar.

Conforme sua Missão Institucional, o 9º batalhão atua diretamente na preservação da ordem pública, incolumidade das pessoas e proteção do patrimônio através do policiamento ostensivo em caráter preventivo. Suas atividades são desenvolvidas diuturnamente de acordo com as diretrizes de comando emanadas dos escalões superiores e ordens operacionais elaboradas pela seção de planejamento e operações, marcando presença em festas e eventos públicos realizados na região.

### 3.2. ESTRUTURA DO 9º BATALHÃO DE POLÍCIA MILITAR DA PARAÍBA

O 9º Batalhão nos dias atuais, conta com um efetivo de 180 (cento e oitenta) policiais distribuídos nas 12 (doze) cidades que o compõem, dando também suporte a toda área rural da região, além de contar com cerca de 34 (trinta e quatro) viaturas, sendo delas 8 (oito) motocicletas da ROTAM e 1 (uma) unidade de apoio usualmente em eventos na área. Além de manter todo o efetivo de plantão devidamente equipado com todo o aparato de segurança para o serviço ostensivo policial militar que conta com; fardamento completo, coturnos, cinto de guarnição, colete com placas balística, boina de identificação, armas curtas e longas como pistolas e carabinas, todos estes fornecidos pela instituição. Também a unidade ainda realiza palestras na comunidade envolvendo temas de segurança pública, bem como atividades do programa educacional de resistência às drogas e a violência (PROERD) em diversas escolas da região.

Diante de todo esse aparato a motivação é consequência que possibilita um melhor desempenho no serviço e propicia uma segurança de qualidade para a população, reduzindo níveis de criminalidade que, por sua vez, retornam aos policiais como bonificação através do prêmio Paraíba unida pela paz, motivando-os ainda mais no combate a criminalidade.

Além de tudo, dispõe de uma central de operações policial militar (COPOM) tanto pelo número de emergência 190 quanto pela linha direta através do telefone 3372-2103, 24 horas por dia com atendentes policiais treinados para receber solicitações, informações e denúncias.

### 3.3. O DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS DO 9º BATALHÃO

No tocante ao departamento de recursos humanos (DRH) da corporação do 9º Batalhão, é de fundamental importância na organização pois administra comportamentos, é responsável em divulgar e esclarecer dúvidas sobre os mais diversos assuntos no que tange os interesses no dia-

a-dia dos policiais militares quando surgem treinamentos e cursos que a instituição oferece; em planejamentos de operações; estudos estratégicos; inteligência; nos recrutamentos de novos integrantes; na distribuição de escalas de trabalho, viaturas, material bélico e fardamentos; no envio de requerimentos e solicitações como em simples avisos de audiências e reuniões para todo o efetivo desta unidade militar.

### 3.4. INFRAESTRUTURA DA ASSESSORIA DO 9º BATALHÃO

A assessoria de imprensa do 9º batalhão, é responsável por produzir e gerenciar informações relativas a polícia militar na região, assim, sendo um canal de relacionamento com a imprensa e o público, facilitando o processo de transparência. Tem seu departamento de trabalho na sede do mesmo, e disponibiliza de uma equipe de dois policiais formados em jornalismo, a qual elabora e distribui releases à imprensa local através de uma lista de contatos e por e-mail, além de uma fan page no facebook, onde diariamente é atualizado com as informações inerentes a atividade policial militar na região. A mesma dispõe a toda população o contato da assessoria através do telefone: (83) 98735-3050 / 3372-2056 ou endereço eletrônico pbcomunicacao9bpm@hotmail.com .

## 4. NORMAS DE COMUNICAÇÃO DO 9º BATALHÃO DE POLÍCIA MILITAR DA PARAÍBA

Partindo desse princípio, nosso objetivo de análise é a comunicação interna e suas regras conforme consta em regulamento específico da instituição. Normas essas que facilitam o trabalho de comunicação e organização estrutural e funcional de setores responsáveis por estes documentos, salvos por Leis específicas vigentes, assim como no contato direto relacionado com as mídias e as redes sociais.

A seguir, são elencados alguns dos instrumentos específicos mais utilizados na corporação como um todo.



#### 4.1. PORTARIA PMPB

A Portaria é um ato editado pelo chefe máximo da administração pública, ou quem a lei autorize ou decrete, no entanto, a portaria por ser ato administrativo só tem força de lei se editada para regulamentar lei ou decreto. Através das portarias, aprova-se o modelo de Ofício e Memorando adotados pela corporação e também se fazem nomeações e demissões de servidores de menor categoria, ato que após assinatura será publicada em Diário Oficial.

#### 4.2. OFÍCIO PMPB

O Ofício PMPB é uma comunicação escrita, formal e cerimoniosa utilizada no serviço público entre Órgãos internos e externos quando circula para outros órgãos da administração pública, tendo como finalidade tratar de assuntos oficiais pelos Órgãos da Administração Pública entre si também com particulares, tendo um formato para ser digitado, ou seja em papel formato A-4 (21cm e 29.7cm) com dezesseis centímetros de largura, fonte Times New Roman, tamanho 12, recuo do parágrafo de 6,0cm, espaçamento de 1,5 linhas, tendo a margem superior três centímetros, à esquerda de três centímetros, à direita de dois centímetros inferior dois centímetros, em relação à borda do papel devendo os parágrafos serem enumerados (exceto o primeiro).

O Ofício PMPB interno é elaborado de forma simples que obedece às seguintes prescrições: I - Brasão do Estado da Paraíba centralizado 1,5cm de altura e largura; II - 1ª linha: SECRETARIA DE ESTADO DA SEGURANÇA PÚBLICA E DA DEFESA SOCIAL (em caixa alta); III - 2ª linha: POLICIA MILITAR (em caixa alta); IV - 3ª linha: OPM expedidora, em caixa alta, por extenso; V - 4ª linha: Coordenação/Setor/Seção/Divisão de OPM expedidora, em caixa alta, por extenso.

Nos Ofícios PMPB internos por transitar exclusivamente no âmbito da PMPB, dispensam-se as formas de cortesia, sendo essas para autoridades superior “Respeitosamente” e autoridade da mesma hierarquia ou inferior “Atenciosamente”. No Ofício interno ou externo são usadas as seguintes formas de tratamento:

O Ofício PMPB externo é elaborado obedecendo aos seguintes preceitos: Timbre conforme o art. 4º, inciso V, alínea da presente Portaria; Cabeçalho: conforme o art. 4º, inciso V, alínea b, da presente Portaria; Destinatário: alinhado à esquerda da primeira página (e apenas nesta) a 1,0cm abaixo do cabeçalho; Do vocativo - com recuo de 6,0cm em do papel relação à borda do papel e abaixo do destinatário a 1,0cm seguido de vírgula; Texto - com recuo de 6,0cm

em relação à borda do papel e abaixo do vocativo a 1,0cm; Fecho - item não numerado, possui, além da finalidade de arrematar o texto, a de saudar o destinatário, segue o alinhamento do texto.

Para cada tipo de ofício, é adotada uma numeração, seguindo a ordem natural dos números inteiros, iniciada a 1º de janeiro de cada ano e encerrada a 31 de dezembro. São competentes de expedir ofícios internos; Oficial comandante, coordenador, diretor, chefe de órgão e direção estratégica, setorial e execução, bem como as praças especiais e que praças estejam respondendo pela função de comandante de pelotão ou congêneres devidamente publicada em boletim interno. Os ofícios externos, têm competência de expedi-los: Comandantes, coordenador, diretor, chefe de órgão de direção estratégica, setorial e execução.

#### 4.3. MEMORANDO PMPB

O Memorando é um gênero textual que circula no âmbito interno das Organizações que serve como um meio de transmitir informação de maneira rápida e menos burocrática, obedecendo a mesma linha de subordinação, sendo utilizado por autoridade superior para escalões subordinados. É digitado na metade de uma folha de papel formato A-4 (21cm e 29.7cm), obedecendo às seguintes prescrições: Deve ter seus espaços simples entre os itens do cabeçalho, entre o cabeçalho e o início do texto e entre este e a linha da assinatura, sem prejuízo da estética do documento; No 1º Campo-Brasão da PMPB; No 2º Campo- identificação do escalonamento hierárquico; No 3º Campo - identificação administrativa: Inserida a numeração, segue-se uma barra diagonal á direita e o ano, segue-se uma barra diagonal á direita e a sigla da (OPM), segue um hífen e a sigla da seção, da repartição, da divisão ou do gabinete no qual o expediente foi estudado e elaborado. No mesmo campo, abaixo da numeração será colocado a data composta por números inteiros, seguindo espaço, seguido das três letras indicativas do mês ( exceto para o mês de maio), seguida de ponto, seguido de espaço, seguindo do ano; No 4º campo - Identificação das funções das autoridades remetente e destinatário do documento; 5º campo - Identificação do assunto; No 6º campo - Identificação do anexo (se houver); No 7º campo - texto do memorando; No 8º campo - Identificação do recebedor do memorando, e no mesmo campo abaixo da identificação do recebedor, deve ser registrado o grupo indicador, ou seja, as iniciais de quem assina e digita o memorando.

Assim sendo, o texto terá dezesseis centímetros de largura, será digitado em fonte Times New Roman, tamanho doze, espaçamento simples, tendo a margem superior três centímetros, à esquerda de três centímetros, à direita de dois centímetros e inferior de dois centímetros em

relação a borda de papel, assim o texto terá formatação justificada com parágrafos sem recuo, e seus parágrafos numerados à exceção do primeiro.

No memorando, a forma de tratamento usada será Vossa Senhoria, como que para cada documento é adotada uma numeração, seguindo a ordem natural dos números inteiros, iniciada sua contagem ao dia 1º de janeiro de cada ano e encerrada aos 31 de dezembro do mesmo exercício.

São funções competentes para expedir Memorandos: Comandante-geral, Subcomandante-geral, Coordenador-geral do Estado maior estratégico (EME), Diretores, Corregedor, Ouvidor, Comandantes regionais, Comandantes de (OPMs) nos níveis de batalhão e companhias e pelotões ou congêneres e ajudante-geral. O memorando trata-se da transmissão de ordens aos escalões subordinados, sendo os órgãos e policiais militares de mesma linha de subordinação das autoridades elencadas.

#### 4.4. REQUERIMENTO PMPB

O requerimento é o documento interno que circula entre as organizações policiais militares (OPMs) no âmbito da PMPB, meio pelo qual o signatário solicita a autoridade competente, concessão regulamentar ou reconhecimento de direito previsto em legislação vigente, o qual poderá ser produzido e difundido através de meio eletrônico. Nos casos do requerente ser civil, deverá ser mencionado: Filiação, ano que serviu a polícia militar, OPM onde serviu e registro de identidade, informações essas sendo prestadas em folha anexa ao requerimento.

A formatação do requerimento, será digitado numa folha de papel formato A-4 (21cm x 29,7cm) terá dezesseis centímetros de largura, digitada em fonte Times new roman, tamanho 12, recuo de parágrafo de 3,0cm à esquerda à margem do texto, espaçamento simples, tendo a margem superior e esquerda de 3,0cm e à direita inferior de 2,0cm em relação a borda do papel, devendo ser observado as seguintes ordens: 1º campo - Timbre - alinhado à esquerda tamanho de 1,5cm de altura e de largura; Alinhado à esquerda do brasão da PMPB teremos, 1º linha com o nome POLÍCIA MILITAR (em caixa alta), 2º linha com o nome ÓRGÃO DE DIREÇÃO (em caixa alta) e a 3º linha da (OPM) expedidora em caixa alta por extenso.

A classificação do requerimento, será alinhado à esquerda do timbre é constituída da seguinte maneira: Requerimento nº, inserida a numeração, segue-se uma barra diagonal à direita e a sigla da OPM, segue um traço hífen e a sigla da seção, da repartição, da divisão ou do gabinete no qual o expediente foi elaborado.

O protocolo de recebimento vem alinhado à esquerda da classificação do requerimento, conterà data (dia, mês e ano) e assinatura com matrícula do recebedor do requerimento conforme os campos: 2º campo - Vocativo da autoridade destinatária do requerimento; 3º campo - Nome do requerente; 4º campo - Posto ou graduação; 5º campo - Matrícula; 6º campo - Unidade; 7º campo - Subunidade; 8º campo - Local de serviço; 9º campo - Endereço; 10º campo - Requer (solicitação do requerente; seus parágrafos devem ser enumerados, à exceção o primeiro); 11º campo - Amparo legal (citar o enquadramento completo do texto legal sobre o assunto que constitua o fundamento legal da pretensão); 12º campo - Local, data e assinatura do requerente; 13º campo - Anexo (documentação comprobatória do amparo legal do requerimento).

No requerimento dispensa-se as formas de cortesia, sendo a forma de tratamento usada; Vossa Senhoria ou Vossa Excelência, como o tratamento que será sempre na terceira pessoa do singular e a forma será o discurso indireto. Além de que para cada requerimento é adotada uma numeração, seguindo a ordem natural dos números inteiros, iniciando sua contagem ao 1º dia de janeiro de cada ano, e encerrando aos 31 de dezembro do mesmo exercício. Todos os Policiais militares da ativa e da inatividade, bem como os servidores civis lotados na PMPB, são competentes para expedir requerimentos. Como ser obrigatória a apreciação pelo setor competente dos requerimentos oriundos de outros órgãos da administração pública que possuam modelos específicos bem como requerimentos de particulares que não possuam modelos específicos.

Dos prazos para requerer, obedecerá ao estabelecido em legislações específicas, observando-se os prescricionais e decadenciais. Assim o prazo para a autoridade competente solucionar o requerimento será até 30 dias úteis, e na impossibilidade de solucioná-lo nesse prazo, o seu motivo deverá ser necessariamente publicado em boletim interno ou geral, podendo o prazo ser prorrogável em 30 dias. As soluções do requerimento, será publicada em boletim interno ou geral, bem como será providenciada a notificação do requerente; O não cumprimento dos prazos estipulados poderá ensejar ao responsável, sanção disciplinar, cível ou criminal, como ninguém será discriminado ou prejudicado pelo fato de requerer.

#### 4.5. PARTE PMPB (documento exclusivo da polícia militar)

A Parte é um documento de correspondência no âmbito exclusivamente interno da organização policial militar (OPM), o qual um policial se comunica com seus pares ou superiores hierárquicos na mesma unidade. É digitada sempre que possível na metade de uma folha de papel A4 (21cm x 29,7cm), com um texto de dezesseis centímetros de largura, digitada em fonte

Times new roman, tamanho doze, espaçamento simples, recuo do parágrafo de 3,0cm à esquerda à margem do texto, tendo a margem superior três centímetros, à esquerda de três centímetros, à direita de dois centímetros e inferior de dois centímetros, em relação a borda de papel, fecho centralizado com espaçamento simples contendo nome completo em caixa alta e em negrito apenas o nome de guerra, posto ou graduação e abaixo, também centralizada a função do signatário.

O texto deve ser claro, conciso e preciso, deve conter os dados capazes de identificar as pessoas ou coisas envolvidas, o local, a data e hora da ocorrência e caracterizar as circunstâncias que a envolveram, sem tecer comentários ou opiniões pessoais. A parte de conteúdo disciplinar, cuja decisão deva ser publicada em boletim interno, deve conter os dizeres e obedecer às prescrições do regulamento disciplinar para esse fim. São ainda conteúdos das partes; consulta, indicação, informação, solicitação, queixa ou representação desde que circulem apenas no âmbito da organização de polícia militar.

Na Parte dispensa-se as formas de cortesia sendo, Vossa Senhoria a forma de tratamento usada, e para cada tipo de parte adotada uma numeração com três números, seguindo a ordem natural dos números inteiros, iniciada em 1º de janeiro e encerrada a 31 de dezembro de cada ano. Sendo de competência para expedir partes de todos os policiais militares da ativa, e de destinatário qualquer compartimento de funções da instituição militar, constante na esfera funcional dos órgãos de direção estratégica, intermediário e execução da estrutura organizacional da PMPB, respeitando o âmbito interno. Assim compete ao estado-maior estratégico (EME), elaborar os elementos necessários à atualização desta portaria, e submetê-los à aprovação do comandante geral quando assim julgar oportuno.

Portanto, toda e qualquer solicitação da corporação, é feita oficialmente através destes documentos. Por outro lado são disponibilizadas outras plataformas de comunicação interna a exemplos de: quadros de mural informativos, que todas as unidades e subunidades como os destacamentos locais dispõe; um sistema de rádio digital, levando a informação em tempo real, assim como os grupos internos de whatsapp, que facilita a comunicação.

## **5. ANÁLISE DOS DADOS**

A nossa pesquisa está pautada no estudo quali-quantitativo por verificar minuciosamente a forma de comunicação entre seus pares do 9º batalhão de exploratório de referencial teórico conceitual em um Estudo de Caso por aprofundarmos na análise dos instrumentos internos do 9º Batalhão de Polícia Militar da Paraíba e em um estudo de caso.

”é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento”. (GIL,2002,p.54).

Portanto, observa-se que há uma rigidez nos instrumentos de comunicação interna, porque são modelos aprovados em âmbito institucional os quais qualquer membro da corporação tem que seguir. No entanto, os propósitos do Estudo de Caso não são os de proporcionar o conhecimento preciso das características de uma população, mas sim, o de proporcionar uma visão global do problema ou de identificar possíveis fatores que o influenciam ou são por ele influenciados.

Ao analisar as formalidades documentais utilizadas no 9º Batalhão, observo que esses instrumentos aqui apresentados, é de fundamental importância para a organização da comunicação tanto entre o pessoal interno, como o público externo, assim trazendo uma maior segurança nas informações descritas.

A instituição também dispõe de murais informativos, nos quais são apresentados as datas e horários das audiências a ser cumpridas, como de escalões de trabalho e outras informações inerente ao serviço policial militar, além de um sistema de comunicação digital criptografado, o que impede o acesso de criminosos a informações, fazendo com que os policiais possam interagir de maneira mais ágil e segura, o que reflete em uma melhor prestação de serviço a população.

”Estudo de Caso é uma modalidade de pesquisa amplamente utilizada nas ciências biomédicas e sociais, consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de uma maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados. No entanto, os propósitos do Estudo de Caso não são os de proporcionar o conhecimento preciso das características de uma população, mas sim o de proporcionar uma visão global do problema ou de identificar possíveis fatores que o influenciam ou são por ele influenciados”. (GIL,2002,p.54).


## 6. ANEXOS

## MODELO DE MEMORANDO DA PMPB

3,0cm	
	<b>POLÍCIA MILITAR COMANDO GERAL ESTADO-MAIOR ESTRATÉGICO</b>
<b>MEMORANDO Nº 0001/2012/EME-EM/3</b> <b>DATA: 01 mar. 2012</b>	
<b>Do Coordenador Geral do EME</b> <b>Ao Comandante do CPRM</b>	
<b>ASSUNTO:</b>	
<b>Anexos: (se houver)</b>	
Considerando .....	1,0cm
2. Convoco (determino, informo) .....	
2,0cm <b>MARCOS AURÉLIO DE ARAUJO CARVALHO – CEL QOC</b> Coordenador-Geral do EME	
Ciente em: ___/___/___ ___h___min	
(16cm)	
3,0cm	

Segue rigorosamente as regras previstas na portaria que define o modelo na sua instância administrativa e organizacional da polícia militar da Paraíba.

## MODELO DE OFÍCIO INTERNO DA PMPB

  
**SECRETARIA DE ESTADO DA SEGURANÇA PÚBLICA E DA DEFESA SOCIAL**  
**POLÍCIA MILITAR**  
**COMANDO GERAL**  
**GABINETE DO COMANDANTE-GERAL**

3,0 cm

Ofício Nº 0001/2012/CG-GCG
 
 João Pessoa-PB, 01 de janeiro de 2012.  
 Do Comandante-Geral da PMPB  
 Ao Comandante do 1º BPM  
 ASSUNTO:  
 Ref.:  
 Anexo:

2,0 cm

2,0 cm

Faço uso do presente expediente para comunicar a V. Sª
 2,0cm

2. Informo-lhe
 ainda

3. ....

NOME COMPLETO
 2,0 cm
 Função
 ão)

---

Endereço: Praça Pedro Américo, centro, s/nº  
 João Pessoa-PB, CEP: 58.000-000  
 Telefone: (083) 3218-5985 – cmtg@pm.pb.gov.br

2,0cm

A4 (21cm x 29,7cm)





**ANEXO ÚNICO  
MODELO DE REQUERIMENTO DA PMPB**

1º CAMPO:



**POLÍCIA MILITAR  
ÓRGÃO DE DIREÇÃO  
OPM**

**REQUERIMENTO**  
Nº \_\_\_\_/2013/OPM-SETOR

Nº do Protocolo: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Rubrica

2º CAMPO:

**EXCELENTÍSSIMO SENHOR (função da autoridade) ou  
ILUSTRÍSSIMO SENHOR (função da autoridade)**

3º CAMPO:

**Nome:**

4º CAMPO:

**Posto/Graduação:**

5º CAMPO:

**Matrícula:**

6º CAMPO:

**Unidade:**

7º CAMPO:

**Subunidade:**

8º CAMPO:

**Local de Serviço:**

9º CAMPO:

**Endereço:**

Rua/AV.

3,0cm

10º CAMPO:

**Requer:**

A Vossa Excelência/Senhoria, nos termos da Lei Complementar nº 1.990/2012...

Nestes Termos,  
Pede deferimento.

2,0cm

11º CAMPO:

**Amparo Legal:**

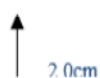
12º CAMPO:

cidade, PB, dia de mês de ano

\_\_\_\_\_  
Assinatura do requerente

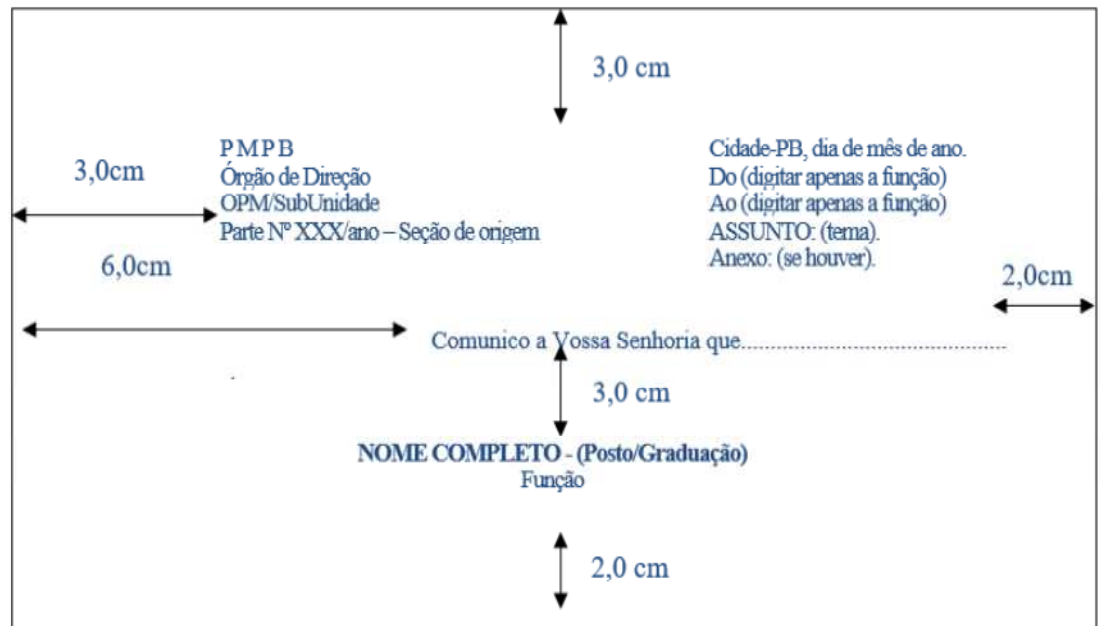
13º CAMPO:

**Anexo:**



2,0cm

**ANEXO ÚNICO**  
**MODELO DE PARTE DA POLÍCIA MILITAR DA PARAÍBA**



A4 (21cm)

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Polícia Militar proporciona uma função extremamente importante a sociedade, e esta por sua vez, cobra muito por mais atuação e serviços.

Por fazer parte da corporação e seguir rigorosamente suas regras, habilito-me a analisar de que forma, os seus membros recebem e decodificam as informações oriundas dos superiores.

Entendemos que o departamento de RH contribua sobre maneira para que a corporação saiba das determinações oriundas de secretaria de segurança pública do estado da paraíba, portanto, cabe a esta, toda e qualquer orientação. A assessoria de comunicação repassa também informações para o bom funcionamento das atividades profissionais.

Podemos observar através desta pesquisa que a burocracia é muito presente nos seus informes e isto atrapalha um pouco o andamento das funções da corporação. De acordo com os teóricos, a comunicação organizacional deve ser mais objetiva, mais flexível e dinâmica.

Portanto, observou-se que a burocracia é muito forte, mas que poderia ser analisada para melhorar as relações humanas neste ambiente profissional.

## ABSTRACT

**This article analyzes the internal communication of the 9th Military Police Battalion of the region of Curitiba Paraíba. In it, the internal organizational communication based on theorists such as Kunsch (2003), Tavarers (2009), Bordenave (2008) and Kotle (1998) are analyzed. In addition to the brief history and structure of the institution, we present the human resources department, the infrastructure of the press office and its communication standards that are regulated and specific to the corporation, carried out through documentary models such as; The PMPB office, the PMPB memorandum, the PMPB request and the PMPB part, which facilitates the work and organization of the responsible sectors. Finally observing how the communication advisory of the entity uses the social networks to interact and inform the population about the military police activities in the region and how their collaborators are educated.**

**Key words: Organizational communication, Human resources department, internal communication 9th Military Police Battalion of Paraíba.**

## 8 . REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEKIN. Saul Faingaus, **Endomarketing: Como praticá-lo com sucesso**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004

BORDENAVE. Juan e. Díaz, **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 2008

CHIAVENATO. Idalberto, **Treinamento e desenvolvimento de recursos humanos**. São Paulo: Atlas, 2008

GIL. Antônio Carlos, **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002

KOPELLIN. Elisa, **Assessoria de Imprensa**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

KOTLE. Philip, **Administração de Marketing**. São Paulo: Atlas, 1998

KUNSCH. Margarida Maria K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003

REGO. F. Gaudêncio T. **Comunicação Empresarial /Comunicação Institucional**. São Paulo: Summus, 1986.

SANTOS. Roberto Elisio d. **As Teorias da Comunicação**. Paulinas: São Paulo, 2008

TAVARES. Maurício, **Comunicação empresarial e planos de comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

TORQUATO. Francisco Gaudêncio, **Tratado de comunicação organizacional e política**. Pioneira: São Paulo, 2002.

## REFERÊNCIA DIGITAL

<http://www.pm.pb.gov.br/portal/institucional/brasoes-pmpb/>

<http://www.pm.pb.gov.br/portal/informacoes/atos-normativos/>

[http://www.pm.pb.gov.br/arquivos/historia\\_da\\_pmpb.pdf](http://www.pm.pb.gov.br/arquivos/historia_da_pmpb.pdf)

<http://abriosa.com.br/historiadapmpb/>

<https://www.facebook.com/pages/9bpm-Pmpb/542104212605441>

<https://www.facebook.com/9BPMPB/>