



A mídia e a construção identitária da PM em Juiz de Fora¹

Marise Baesso Tristão²

Fernanda Nalon Sanglard³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Resumo

Este trabalho tem o objetivo de mostrar como vem sendo construída a identidade da Polícia Militar (PM) em Juiz de Fora, a partir do que é publicado na imprensa, especificamente no jornal Tribuna de Minas. Por atuar diariamente no combate explícito à criminalidade, a PM está presente de forma mais abrangente nas páginas dos jornais e, por isso, foi a organização escolhida para ser estudada. O estudo analisa a forma na qual o que é veiculado nos meios de comunicação influencia não só o imaginário popular sobre a instituição e a maneira como o crime é percebido pela sociedade, mas também provoca interferência nas ações policiais. O artigo ainda aborda como a questão da memória é utilizada para reafirmar valores e apresentar discursos de mudança e modernidade sobre a identidade institucional da Polícia Militar.

Palavras-chave

Polícia Militar; identidade institucional; imprensa

Introdução

O crime sempre esteve entre os assuntos de maior destaque nos veículos de comunicação. Atualmente, a mídia passou a focar ainda com mais intensidade alguns temas ligados à criminalidade, ressaltando, principalmente nas páginas policiais, a insegurança das cidades. Seja por meio de situações violentas vividas ou mediadas, a experimentação do contato com o crime se tornou assunto corriqueiro entre os cidadãos e diário nos jornais. O fascínio por assuntos relacionados à violência e à segurança pública passou a ocupar grande espaço não só nas ficções televisivas ou literárias, mas também no dia-a-dia de qualquer cidadão. “Na vida real, o crime se agregou ao

¹ Trabalho apresentado no GP Jornalismo impresso, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Marise Baesso Tristão formou-se em Comunicação Social em dezembro de 1993 pela UFJF, possui especialização em Comunicação: Estratégias diante de novas tecnologias pela UFRJ, e é aluna de disciplina isolada do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. e-mail: marisebaesso@hotmail.com

³ Fernanda Nalon Sanglard formou-se em Comunicação Social em dezembro de 2007 pela UFJF, possui especialização MBA em Marketing pela Faculdade de Economia e Administração da UFJF, e é aluna de disciplina isolada do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF. e-mail: nanda_nalon@hotmail.com



cotidiano de sofrimentos do brasileiro, tornou-se um fato social irremissível, um princípio organizativo da vida dos indivíduos, que alterou rotinas e hábitos, criando comportamentos e crenças novas”. (GAIO, 2007 apud CARVALHO JÚNIOR, 2009, p.21).

Assim como a violência e a criminalidade passaram a ganhar mais destaque na imprensa, as ações policiais também receberam mais notoriedade. Seja em atos louváveis ou recrimináveis, todos os dias vemos estampadas nas páginas dos jornais referências à polícia. Além de ser uma importante fonte de informação, as corporações policiais têm fundamental relevância na divulgação de fatos que envolvam o crime ou a segurança pública. Entretanto, a relação entre polícia e imprensa não é uma questão simples de ser compreendida, principalmente quando levamos em conta que, em muitos casos, autoridades policiais utilizam a mídia para promover as corporações nas quais estão inseridas e até mesmo para conseguir autopromoção.

A imagem das forças policiais está diretamente relacionada com o que a imprensa divulga sobre elas, o que também contribui com a forma como o crime ou as questões de segurança são percebidos pela sociedade. Por isso, estudar a representação de uma corporação policial nos veículos de comunicação induz que pensemos nas construções identitárias formuladas a partir das repercussões sociais das coberturas jornalísticas e na forma como a imagem organizacional da polícia é trabalhada em conjunto com os fatos noticiados.

Este artigo tem como objetivo analisar os discursos identitários da Polícia Militar (PM) em Juiz de Fora e a influência da imprensa local nesse processo. Como recorte metodológico, foi escolhido usar como objeto de estudo algumas reportagens veiculadas no período de maio e junho de 2009 do principal jornal impresso da cidade, a Tribuna de Minas. Foram feitas entrevistas com jornalistas e editores do jornal e com policiais militares e assessores de imprensa dessa corporação. A justificativa pela escolha da PM se deve ao fato de ser a força policial com foco ainda restrito de estudos na área de comunicação na cidade e por ser a mais citada nas reportagens sobre criminalidade, violência e segurança pública, devido ao caráter preventivo de suas ações, diferente da Polícia Civil, que tem como principal característica a investigação, e da Polícia Federal, que age em operações de maior abrangência e mais específicas, não estando diretamente ligada ao cotidiano da violência na cidade.

Criminalidade, mídia e negociações identitárias

A forma como o crime é percebido na sociedade está diretamente relacionada com a maneira como a mídia trata o assunto. É notável que esta relação altera mais as decisões políticas do que a conduta criminosa em si. Para Garland (1990, p. 20), “não é o crime ou mesmo a criminologia que mais afetam as decisões políticas, mas o modo como o “problema crime” é oficialmente percebido e as escolhas políticas que emanam de tais percepções”. (CARVALHO JÚNIOR 2009, p.22). Mais importante que o crime é a percepção que se tem dele. E, se há forças policiais cujo objetivo é combater a violência e garantir a segurança, ou melhor, a sensação de segurança dentro da sociedade, é preciso que estas forças estejam afinadas com o discurso sobre a criminalidade e a segurança pública. Além de ser uma questão ideológica e também de interesses políticos em jogo neste processo de percepção, a questão da identidade é aqui primordial, já que ela tem na comunicação, no discurso e na narrativa sua matéria-prima.

Mas não é possível falar de identidade, sem fazer referência aos fluxos comunicativos que a constituem. As identidades, sempre transitórias, são politicamente atribuídas e politicamente mantidas, e também se transformam politicamente. Elas podem ser esquecidas, abandonadas, perdidas, inventadas ou construídas. Sendo assim, o processo de construção identitária é um processo de criação de discursos, dentro dos propósitos que se abrem em sua própria contemporaneidade. (HALL, 2000, p.17-18).

Uma identidade é construída quando dado sistema de representação proporciona forte identificação por parte dos que o reconhecem, aceitam e adotam. Woodward (2000) denomina identificação ao fato de nos ajustarmos ou nos conformarmos a imagens, pessoas e personagens, por exemplo, seja pela ausência de uma “consciência da diferença ou da separação”, seja por uma admissível (e suposta) “similaridade”. Por outras palavras, processos de identificação podem ser definidos como mecanismos psicológicos e psicossociais por meio dos quais um ou mais indivíduos moldam sua conduta e tomam atitudes, no intuito de se parecer (e deixar confundir) a um “outro” ou a “outros”. (TRINTA, 2007, p.153).

Assim como Peter Berger e Thomas Luckmann (2007) defendem que a realidade é construída socialmente, é possível compreender que as identidades também são produtos sociais e, por isso, estão relacionadas com a noção de tempo e espaço e podem ser consideradas mutáveis. Os meios de comunicação, por sua vez, contribuem



de forma decisiva para a construção social da realidade. “Os media modernos são elementos centralmente constituintes das formas atuais de organização social e de configuração cultural, caracteristicamente urbanas, e dos fluxos globalizadores que as atravessam.” (COSTA, 2002, p.19).

Portanto, se queremos explicar um fenômeno social, por exemplo, não podemos prescindir do fenômeno que os meios de comunicação representam. Isso significa que, para compreender melhor as identidades individuais e coletivas, é fundamental discutir as disputas de poder por trás dos discursos e como a imprensa, como mediadora da fragmentação contemporânea, auxilia a criar um senso de identidade.

Nesse processo de negociação identitária conta também o interesse pelo aspecto “local”. No caso deste trabalho, o interesse pela forma como a ação policial militar é percebida a partir do que é veiculado em um jornal local e a maneira como novas estratégias de combate à criminalidade são traçadas a partir do que é noticiado fomentaram a discussão sobre o tema. Para Berger e Luckmann (2007), o conhecimento da vida cotidiana é estruturado em conveniências, de forma que as pessoas só se interessam por aquilo que as afeta. É possível perceber que, quanto mais próximos de nós estão os assuntos, mais interesse demonstramos por eles. “No momento em que a globalização nos atinge com tanto impacto, a cidade, o bairro, podem ser o lugar em que o sujeito se reconhece” (GOMES, 2006, p.3).

O tempo de atenção a um determinado problema social divulgado na mídia é outro fator importante a ser observado, já que alguns assuntos se destacam e depois rapidamente saem de foco, enquanto outros flutuam por alguns anos. As rotinas de produção dos meios também influenciam a construção das notícias, assim como o tempo ou o destaque que a cobertura do assunto vai receber.

A partir desses conceitos, torna-se perceptível que os meios de comunicação representam uma arena apropriada para a instauração de um problema. Da enorme quantidade de eventos que são produzidos diariamente, os meios selecionam, segundo critérios que este artigo não tem o objetivo de abordar, aqueles que serão problematizados e se transformarão em notícias. Por isso, alguns autores afirmam que os meios constroem as notícias. Da mesma forma, a mídia pode ser capaz de incentivar a construção e o reforço de identidades. No caso da Polícia Militar (PM) de Minas Gerais – especificamente a da cidade de Juiz de Fora –, o artigo busca entender em que



medida a imagem desta corporação, de 234 anos, sofre interferências da cobertura jornalística da violência. Que projeção a mídia oferece à PM? As polícias são consideradas instituições rígidas, “organizada(s) para proteger a comunidade contra perigos intencionais e o bem-estar das pessoas (...)” (GOFFMAN, 1996, p.17). De que forma os fatos noticiados provocam mudanças de comportamento e de planos da PM?

É importante debater e refletir sobre como a produção da notícia afeta a identidade da instituição policial militar. A proposta é realizar um estudo da dinâmica da assessoria de imprensa da Polícia Militar, que é a face pública de uma “instituição fechada”, e a sua conexão com a mídia.

A mídia e a Polícia Militar de Minas Gerais

A Polícia Militar de Minas Gerais (PMMG) foi criada em 1775. Desde sua fundação, já recebeu várias denominações, como Regimento Regular de Cavalaria de Minas, Corpo Policial, Brigada, Força Policial e outras designações, até ser chamada de Polícia Militar a partir de 1946. “Até bem pouco tempo, além da sua função social de manutenção da ordem pública, a PM teve também a incumbência de defesa interna. Diante disso, esteve subordinada diretamente ao Exército Brasileiro e, assim, conviveu, por um bom período, com formação profissional e estruturas atinentes àquela Instituição”. (PMMG, 2009). Segundo a corporação, a história da PM se confunde com a de Minas Gerais, “que cresceu de forma articulada e organizada”. Hoje ela trabalha para “preservar a ordem pública, proteger e socorrer pessoas e preservar o meio ambiente e o patrimônio artístico cultural”. A imagem transmitida no site da PMMG é a de que a corporação seria hoje uma das melhores forças de segurança pública do país.

O discurso sobre a modernidade também acompanha esta corporação, que está presente em todos os 853 municípios mineiros e é formada atualmente por cerca de 44 mil homens e mulheres. No texto do aniversário dos 234 anos da corporação, comemorados em junho de 2009, fica explícito o desejo de reforçar essa característica de mudança:

Hoje, a organização assume uma nova face: mais participativa, interativa, integradora e mediadora de conflitos sociais. O tempo trouxe novo entendimento a respeito da Polícia Ostensiva, fazendo com que a busca da excelência operacional constitua uma das preocupações dos comandantes de Polícia Militar. Conscientes do importante papel social da Corporação, esses



profissionais de segurança pública – a exemplo dos comandantes ou chefes de muitas instituições policiais do mundo – implementaram a Polícia Comunitária, que contempla atitudes de parceria, cooperação e interação com lideranças comunitárias. Assim, surgiram os Conselhos Comunitários de Segurança Pública – Consep, figurando-se uma das formas mais eficazes de provimento da segurança pública, porque aproxima o policial das pessoas, identifica os anseios comunitários, discute e busca soluções conjuntas. Esse interrelacionamento PM e comunidade, já existente ao longo da história da Corporação, ganhou roupagem doutrinária e passou a ser discutido sobre sólida base. Desse modo, convencida de que a solidariedade constitui seu ideário básico, a Polícia Comunitária tem sido representada, pela idéia: Polícia Militar + comunidade = solidárias na segurança. (PMMG, 2009).

Os meios de comunicação mudaram as regras do discurso político e reduziram “o senso de distanciamento que separava a classe média do crime”. (GARLAND apud CARVALHO JÚNIOR, 2009, p.157). Na tentativa de mostrar toda a sua dita “evolução”, os meios de comunicação precisam ser aliados. Do contrário, esta imagem não chegará à sociedade mineira, já que a mídia é a fonte principal de informação para a vida social, política e econômica no mundo contemporâneo. Nos Estados Unidos, pesquisas demonstram que 90% da população só têm conhecimento dos problemas sociais a partir da imprensa. (GRABER, 1979; BENNET, 1980; BECKETT, 2000 apud CARVALHO JÚNIOR, 2009, p. 179).

Mesmo que não haja pesquisas que comprovem esta porcentagem no Brasil, é certo que, cada dia mais, a mídia, nos seus mais diversos formatos, torna-se fundamental na construção da realidade social. Sendo assim, podemos dizer que todas as reportagens são, de certa forma, discursos acerca dos assuntos abordados – são verdades, mas enxergadas por um dos ângulos possíveis – e assumem grande interferência na construção identitária das comunidades. Diante disso, é evidente o papel dos meios de comunicação de massa para as definições de políticas públicas e a atuação de muitas instituições. Vários autores já analisaram o peso dos meios de comunicação no estabelecimento da agenda pública. Aqui, porém, é preciso destacar que, por mais poderosa que seja a mídia, o leitor, ouvinte ou telespectador não são “receptores passivos, mas “intérpretes ativos” dos textos, das mensagens e imagens da mídia. Mas é certo também que, por mais que a mídia possa não ter sucesso em dizer como as pessoas devem pensar, sem dúvida alcança sucesso em dizer sobre o que as pessoas devem pensar”. (MCCOMBS; SHAW, 1972 apud CARVALHO JÚNIOR, 2009, p. 117).



Em Juiz de Fora, fica claro que a PM esboça uma abertura institucional, como é mostrado no próprio site da corporação e por meio da criação de um departamento de imprensa (P-5), com assessores treinados para atendimento diário aos jornalistas, ou mesmo na implantação da polícia comunitária. Segundo o relações públicas da 4ª Região da Polícia Militar (RPM), major Edelson Gleik Veríssimo da Silva, entrevistado para este trabalho, a P-5 “trabalha em várias frentes: relacionamento com a imprensa, relacionamento com o cidadão, atividade de cerimonial, comunicação interna, comunicação externa, atividade musical e comunicação visual.” O departamento teve início em 1974 na PMMG, em Belo Horizonte. Em 1989, criou-se definitivamente o setor nas unidades operacionais (batalhões).

Também é válido ressaltar que há uma preocupação crescente da Polícia Militar, em vista da pressão que vem sofrendo para desempenhar múltiplas atividades, em promover uma abertura institucional que, por trás do ideal de se tornar mais próxima da comunidade, carrega uma série de significados subjetivos que têm o objetivo de melhorar a imagem institucional da corporação, o relacionamento com a imprensa e transmitir o discurso de corporação séria, eficiente e aberta a mudanças.

Entretanto, as disputas dentro da própria corporação pelo espaço midiático tornam-se cada vez mais nítidas. De acordo com a jornalista Sandra Zanella⁴, as divisões policiais estão mais atentas ao que é divulgado sobre elas na imprensa e cobram dos jornalistas uma visão positiva dos fatos. “Quando uma companhia faz um trabalho social interessante e recebe uma cobertura com maior destaque, rapidamente a de outra região nos procura para pedir que façamos algo parecido para ela. O que muitas vezes os policiais não entendem é que não é possível publicar tudo, e que o objetivo das reportagens não é ressaltar uma divisão da corporação, mas o trabalho que é feito.” Sandra também explica que o relacionamento da imprensa com a polícia nem sempre é simples. “Às vezes eles têm muito medo da forma como vamos publicar alguma coisa e, em outros momentos, passam as informações facilmente, mas, ‘em troca’, na hora do repórter fotográfico fazer a foto de uma apreensão de drogas, por exemplo, fazem uma montagem com o nome da companhia, para que fique explícito quem foram os responsáveis pela operação. Se nos negamos a fazer uma foto assim, muitas vezes ficam chateados.”

⁴ Repórter de polícia da editoria Geral do Jornal Tribuna de Minas, em entrevista para este trabalho.



Somente para ressaltar a relevância que os temas ligados à violência e à criminalidade vêm ganhando nas últimas décadas, vale dizer que, na maioria dos jornais, a editoria de polícia, que existia de forma independente, foi dissolvida e incorporada às editorias de cidade ou geral, como, aliás, sempre deveria ter sido, já que a questão de segurança faz parte da cidade e não é um tema isolado, merecendo ser tratado com a devida importância e não como um fator a parte em relação às outras questões sociais. “A mudança é importante por favorecer nos textos a integração do fenômeno da criminalidade a temas como educação, habitação, saúde, trânsito, etc.” (RAMOS; PAIVA, 2007, p.20).

Construindo e reforçando identidades ao longo de 234 anos

A questão da memória merece ser ressaltada sempre que as identidades institucionais fizerem parte do objeto de estudo. “A ânsia pelo arquivamento – a vontade de tudo guardar, de tudo armazenar, de nada perder – é reforçada na contemporaneidade pelo desenvolvimento das novas tecnologias de informação e comunicação, sobretudo a informática, que criam a possibilidade de um arquivo total, infinito.” (BARBOSA; RIBEIRO, 2006, p.2).

Para manter a memória de suas conquistas e de sua história, ou da construção social dela, a Polícia Militar de Minas Gerais em atuação em Juiz de Fora recorre a instrumentos que estão cada vez mais presentes no cotidiano das instituições. As comemorações de aniversário de fundação, o contato frequente com a imprensa para solicitar a cobertura de eventos ou de atividades que promovam uma boa imagem da corporação, e até mesmo a ideia de que é uma entidade organizada e que, apesar de “fechada”, é capaz de se abrir para revelar questões de relevância pública, são exemplos de como o reforço das identidades por meio da valorização da memória se faz presente.

O desejo de transmitir uma imagem de modernidade também é um ideal da PM. Apesar de possuir em seu quadro poucos profissionais capacitados para lidar com as novas tecnologias da comunicação, a corporação optou pela digitalização dos boletins de ocorrências, pelo envio de sinopses por e-mail e por outras tentativas de inserção no mundo digital e globalizado, como a divulgação de informações no site institucional.

Contudo, “como já demonstrou Michel Pollack (1898), toda memória pressupõe enquadramentos, esquecimentos e silêncios.” (BARBOSA; RIBEIRO, 2006,



p.2). Sendo assim, a PM (assim como qualquer outra instituição pública ou privada) objetiva veicular na mídia mais temas que a envolvam de forma positiva. A polícia tenta emplacar na imprensa a divulgação de ações educativas, principalmente em datas comemorativas, com o objetivo de reforçar aspectos positivos e incentivar a memorização dos mesmos. “Candeau argumenta que é através da memória que as identidades coletivas são fundadas”. (BARBOSA; RIBEIRO, 2006, p.2).

Na solenidade de aniversário dos 234 anos da corporação, realizada em Belo Horizonte, no dia 9 de junho de 2009, o comandante geral da corporação, coronel Renato Vieira de Souza, falou da necessidade de melhorar a perspectiva de sensação de segurança no estado, muitas vezes proporcional aos dados objetivos de incidência da criminalidade. Ele também ressaltou as qualidades da PM, como instituição “forte, consolidada e com estratégias contundentes, visando a diminuir os crimes em Minas”. No dia seguinte, na solenidade realizada em Juiz de Fora para marcar a data, o comandante da 4ª Região de Polícia Militar (RPM), coronel Anselmo Fernandes da Silva, fez um discurso afinado com o do chefe da corporação. Ele disse que o desafio da Polícia Militar de Minas Gerais é “garantir a paz social, reduzindo o crime e o medo do crime”. E reduzir o medo do crime induz construir socialmente uma realidade de segurança.

Para tentar atrelar ainda mais a imagem de Minas Gerais à da corporação, o comandante da 4ª RPM recorreu à memória da Polícia Militar, que, segundo ele, tem uma história que se confunde com a própria fundação do estado, na época da mineração. O discurso da importância da corporação como uma das mais antigas do estado também foi lembrado em Belo Horizonte, durante a solenidade, na qual foi entregue a Medalha Alferes Tiradentes, a maior comenda da Polícia Militar.

Dessa forma, é compreensível dizer que a memória “exerce um papel importante na construção da identidade porque a representação de si é inseparável do sentimento de continuidade temporal e o passado, o presente e o futuro são importantes para prover continuidade ou consistência subjetiva.” (HAVILAND et al, 1994 apud MACHADO; KOPITKE, 2002, p. 3).

Identidade militar e a versão da mídia (civil)

Como destaca Celso Castro, no livro “O Espírito Militar” (CASTRO, 1990, p.41), com base em entrevistas feitas com militares, o mundo é visto de maneira diferente pelos “de dentro” e os de “fora” das instituições militares. O autor faz, inclusive, um quadro comparativo, no qual mostra os antagonismos entre civis e militares. Neste organograma, são ressaltadas algumas qualidades dos militares, como “seriedade, profissionalismo e competência, verdadeira liberdade, linguajar correto, ordem e disciplina”, enquanto, do outro lado, os civis são vistos e apontados com “falta de seriedade, profissionalismo e competência, falsa liberdade, gírias e palavrões, desordem e displicência”. É possível perceber que a ideia subjacente é a de que existem atributos morais, além dos físicos, que distinguem e tornam reconhecíveis os militares, mesmo quando eles não estão usando fardas.

Diferenças entre civis e militares à parte, o fato é que a Polícia Militar de Minas Gerais tem procurado se mostrar cada vez mais aberta e amistosa no que diz respeito à relação com a mídia. Durante entrevista para este trabalho, ao ser questionado se as reportagens jornalísticas interferem no trabalho da corporação, o relações públicas da 4ª RPM, major Edelson Gleik, afirmou que sim, “no entanto, dependerá do foco da matéria. Ela poderá contribuir ou não para a segurança subjetiva - sensação de segurança das pessoas. Caso a matéria produza um efeito negativo, a corporação utilizará a própria imprensa para esclarecer, informar e dar dicas. Também podem ocorrer ações e operações para dar tranquilidade às pessoas, mas nem sempre uma ação reativa é o mais conveniente, podendo, em alguns casos, serem adotadas medida de durabilidade maior, como, por exemplo, projetos sociais.”

Na 4ª RPM, com sede em Juiz de Fora, e que atende a dezenas de municípios da Zona da Mata, as reportagens sobre criminalidade e segurança pública são debatidas semanalmente, segundo major Edelson Gleik. Além disso, “diariamente os assuntos são levados ao comandante como forma de informá-lo dos acontecimentos. A partir daí, pode ocorrer uma discussão em torno de um assunto que seja julgado como relevante”.

O setor de relações públicas também realiza um acompanhamento sistemático das reportagens nas quais a corporação é citada, por meio de um *clipping*. Ao ser questionado sobre a relação imprensa e corporação, o major respondeu que é “muito



harmônica. A relação se baseia na troca de informações e emissão de sinopse aos órgãos de imprensa”. Apesar do clima amistoso, muitas vezes, a polícia vê a mídia, no mínimo, com um cuidado extremo, já que ela expõe os fatos à sua maneira para toda a sociedade. Historicamente, de um lado estão jornalistas e de outro os policiais. Muitas vezes, a instituição policial acredita que a maneira como a imprensa enquadrou um fato não seria a ideal e que a ação policial não foi devidamente valorizada. No entanto, essa relação é uma via de mão dupla, já que a polícia precisa usar a imprensa para informar a população e vice-versa.

Quando começaram os ataques do PCC, vieram me perguntar se eu achava que o Comando Vermelho poderia se aliar à facção e fazer o mesmo no Rio. Respondi à imprensa: “O Comando Vermelho nunca vai ser massa de manobra do PCC”. Com uma declaração dessas, você já desestimula qualquer intenção... Os caras já começam a dizer uns pros outros: “É...Qual é a desse Marcola que vai mandar na gente? Não vai mandar, não! (risos). “Aqui é o CV, é nós. Nós somos fortes pra caralho; não vai mandar, não! (risos). É assim que eu seguro a rua junto com a imprensa. É isso que a imprensa me dá. Isso aí é fundamental. Agora, eu nunca usei isso sem avisar para o jornalista: Olha só, eu preciso desse resultado aqui. (MAGGESSI, Marina, 2007. apud RAMOS; PAIVA, 2007, p.50)

Na maioria dos casos policiais, a imprensa pauta-se apenas naquilo que é informada via Centro de Operações da Polícia Militar (Copom). Os casos de denúncias feitas por leitores acontecem, mas não são tão comuns nas redações. É importante ressaltar que a imprensa ainda ouve mais de uma fonte, principalmente nos casos de maior repercussão, e, muitas vezes, o discurso perito, seja de criminólogos ou de sociólogos, está presente, para analisar os fatos. Esta é uma forma de a imprensa não apresentar a versão como sendo dela própria, mas de um conhecedor do assunto. Esta construção da notícia, entretanto, nem sempre agrada a polícia, que costuma criticar o modo como a informação foi elaborada. Afinal, há uma dimensão política na avaliação da mídia por parte da instituição policial.

Embora questionem a informação da imprensa, os policiais também não trabalham da forma considerada ideal pelos jornalistas da área. A jornalista Sandra Zanella, que trabalha diariamente com os assuntos policiais, diz que, apesar dos avanços, há problemas para apuração dos fatos criminais que ocorrem diariamente na cidade, muitas vezes, por causa do despreparo de alguns policiais que atuam diretamente com a imprensa: “Eles não sabem definir o que é notícia e, muitas vezes, não nos permitem analisar todos os casos registrados. Existem poucos profissionais



preparados para atuar no contato com a imprensa, e nem sempre são eles que lidam com os jornalistas. Nós dependemos exclusivamente de quem está na sala de imprensa ou no Copom, já que, nas rondas feitas pessoalmente ou por telefone, são estes policiais que vão nos informar os ‘destaques’.” Por outro lado, a repórter ressalta que a estrutura oferecida pela Polícia Militar é de longe a melhor se comparada às demais corporações com sede no município de Juiz de Fora (como Polícia Civil, Federal e Corpo de Bombeiros). “A maioria não tem sequer um assessor para dar orientações”, diz Sandra.

Outro problema constatado pela imprensa e confirmado pelo “Diagnóstico da Criminalidade Violenta de Juiz de Fora” feito pelo Núcleo de Estudos Estratégicos da UFJF, são as informações truncadas ou mal escritas nos boletins de ocorrência. Os pesquisadores estudaram todos os boletins feitos pela Polícia Militar nos anos de 2005 e 2006, com variáveis de controle em relação a agredido e agressor, tais como, raça, cor, renda, ano de escolaridade, moradia, etc. Em mais de 75% dos casos, o resultado foi “nada consta”, por causa de falhas no preenchimento dos boletins. E são estes boletins, em geral, as fontes primárias dos fatos que vão virar notícia.

Quando a mídia define a política pública – estudo de um caso

Como a instituição policial, em particular a PM, atua diante dos casos que são destaque na imprensa? Um assunto recorrente nas edições de jornais impressos de Juiz de Fora nos meses de maio e junho diz respeito à ação de flanelinhas nas ruas de bairros de classe média e no entorno de pontos onde há concentração de casas noturnas na Zona Sul do município. Segundo as reportagens divulgadas, o problema vinha crescendo sem que o poder público e, em especial, as forças policiais interferissem na questão. O crescimento da insegurança ressaltado pela classe média devido à ação dos flanelinhas revelava para a população uma imagem negativa dos órgãos de segurança, como cobra um leitor da Tribuna por e-mail: “Enfim, qual atitude devemos tomar se o Estado que deveria garantir nossa segurança está sempre omissivo?”

Para as polícias e governantes, a mídia, frequentemente, mostra a parte negativa da situação, o que acaba contribuindo para um descrédito das instituições de segurança. Diante disso, a Polícia Militar não poderia deixar de agir em um caso com tanta repercussão, que já havia sido assunto de várias manchetes dos jornais. Afinal, “para as organizações de segurança, a mídia é um dos palcos no qual atuam alguns de



seus mais importantes agentes, e por meio do qual se comunicam com o público e adquirem notoriedade.” (BEATO apud RAMOS; PAIVA, 2007, p.33).

De acordo com o comandante da companhia da PM responsável pela Zona Sul de Juiz de Fora, capitão Almir Cassiano de Almeida⁵, “a Polícia Militar não deve pautar o seu trabalho na mídia, a luz amarela deve ser acesa na própria instituição e ela deve se antecipar aos fatos”. Contudo, o capitão ressalta que já houve momentos em que a imprensa norteou o trabalho da polícia. “Logicamente é importante saber o que a mídia retrata como atuação policial, mas, em especial na Zona Sul, tenho buscado utilizar a mídia como instrumento de segurança pública”, afirma.

No dia 1º de maio de 2009, um flanelinha foi atingido por um tiro, que teria sido disparado pelo condutor de um veículo estacionado em um bairro da Zona Sul. Mais uma vez, uma série de reportagens sobre o assunto foi desencadeada, o que gerou uma série de e-mails de leitores nas redações dos jornais, mostrando indignação com a situação. A Polícia Militar resolveu agir e dar uma resposta à sociedade, criando ações ostensivas para retirar os guardadores de carro das ruas da Zona Sul. Segundo o capitão, “o problema dos flanelinhas na região antecede ao meu comando e vem sendo clamor da comunidade desde então. Ocorre que não existe uma regulamentação sobre a atividade, ou medidas legais a serem aplicadas exclusivamente para esse fato”. Ele ressalta que a PM precisou encontrar uma maneira de agir dentro da lei, sem ‘expulsar’ esse tipo de trabalhador. “A Cia optou pelo trabalho de catalogar os flanelinhas por meio de um cadastro, como forma de saber quem e quantos são, onde atuam, histórico de violência e todas as informações que possam ser de interesse para a segurança pública, fato que resultou em prisão de alguns, por meio mandados de prisão expedido pela justiça, devido ao envolvimento em crimes. Esse trabalho mais próximo, que orientamos os proprietários de veículos quanto a não obrigatoriedade de pagamento, produziu a redução do número de flanelinhas que começaram a sair da região. O trabalho ganhou repercussão novamente pela repórter.”

A efetividade das operações da PM foi percebida logo, porque muitos flanelinhas sumiram das ruas. A imprensa foi conferir e ouviu aplausos da maioria das pessoas, que disseram que se sentiam mais seguras. O jornal também recebeu dezenas de e-mails de pessoas que se interessaram pelo tema, pela questão da proximidade. No

⁵ Almir Cassiano de Almeida é capitão da Polícia Militar, comandante da 32ª Companhia da PM do 27º BPM e é pós-graduado em Segurança Pública pela Fundação João Pinheiro. As informações deste trabalho foram obtidas por meio de entrevista para a execução do mesmo.



entanto, a maioria dos leitores interessados na questão não demonstrou interesse pelo fator social da parcela da população formada por flanelinhas. Poucos se preocuparam em saber em quais outras regiões este tipo de trabalhador informal passou a atuar. O que comprova ainda mais como o interesse é movido por conveniências e pelo aspecto “local”.

Considerações finais

Como a própria Polícia Militar admite, os veículos de comunicação não podem ser ignorados. Pelo contrário, até mesmo uma instituição considerada rigorosa vem sofrendo amplas mudanças de identidade ao longo dos anos e buscando atender a mídia da melhor forma para, assim, ter a sua imagem construída de maneira positiva aos olhos da sociedade. Desde 1974, quando criou um setor específico para lidar com os jornalistas, muita coisa mudou nesta corporação. E, mesmo que haja restrições à forma como a imprensa divulga determinados assuntos, as críticas não são feitas abertamente e a relação entre PM e imprensa é chamada de “harmônica” em Juiz de Fora.

Este artigo visou a demonstrar que a identidade institucional da PM vive um processo de transição em Minas Gerais, em especial em Juiz de Fora, e que a imprensa interfere diretamente em muitas ações policiais, na visão que a sociedade tem da polícia e na sensação de segurança da população. Outro aspecto abordado foi o fato de a PM ser citada diariamente nos jornais locais, por ser uma corporação que tem como característica o caráter preventivo e por ser, na cidade, a principal fonte de informações policiais dos jornalistas.

O que se pode concluir é que vários discursos atravessam diariamente a corporação Polícia Militar e que um deles é o da mídia, que se torna essencial para definir a imagem da organização. Desta forma, mesmo que os integrantes da corporação não admitam totalmente, é evidente que muitas ações das políticas de segurança e o próprio comportamento dos militares são influenciados mais pelos temas das coberturas jornalísticas do que pelos casos que são deixados em silêncio. Também é verdade que não são apenas os meios de comunicação de massa que vão determinar as construções identitárias e as políticas públicas, mas, o tempo inteiro, vão haver negociações neste jogo que não é outra coisa senão político, discursivo e contínuo.



Referências bibliográficas

BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional**. In: Comunicação & Sociedade: ciberativismo latino-americano. São Paulo: Editora Metodista, ano 29, n.47, p.99-114, 2006. ISSN 0101-2657.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção Social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Trad. Floriano de Souza Fernandes. 27 ed., Petrópolis: Vozes, 2007.

CARVALHO JÚNIOR, Orlando Lira de. **Law and Order: gênese de um experimento punitivo**. 2009. 222 f. Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, Juiz de Fora, 2009

CASTRO, Celso. **O Espírito Militar**: um estudo de antropologia social na Academia Militar das Agulhas Negras. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda, 1990.

COSTA, António Firmino da. Identidades culturais urbanas em época de globalização. In: Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo: Anpocs, v.17, n.48, p.15-30, fev. 2002. ISSN 0102-6909.

GOFFMAN, Erving. **Manicômios, Prisões e Conventos**. São Paulo: Editora Perspectiva. 5 ed., 1996.

GOMES, Taiga Corrêa. **A identidade no telejornalismo: um espaço de interação e pertencimento**. Ribeirão Preto: Intercom, 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 4ed., Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. trad. Ivone C. Benedetti. Bauru, São Paulo: Editora Edusc, 2001.

MACHADO, Hilka Vier; KOPITTKKE, Bruno. **A identidade no contexto organizacional**: perspectivas múltiplas de estudo. Recife: Encontro de estudos organizacionais, 2002.

PMMG. **234 ANOS - PMMG, uma das mais bem preparadas forças do País**. Disponível em: < <http://www.policiamilitar.mg.gov.br>>. Acesso em 6 jun. 2009.

RAMOS, Sílvia; PAIVA, Anabela. **Mídia e violência**: tendências na cobertura de criminalidade e segurança no Brasil. Rio de Janeiro: Iuperj, 2007.

TRINTA, Aluizio Ramos. **Identidade, identificação e projeção**: telenovela e papéis sociais no Brasil. In: COUTINHO, Iluska; SILVEIRA JR, Potiguara Mendes da. (org.). Comunicação: tecnologia e identidade. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007, p.151-164.